

**PERAN HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM
MENINGKATKAN CITRA POLRES GOWA**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Prodi Ilmu Komunikasi
Pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar

Oleh:

NUR ALWIYAH JAYA

NIM. 50700113124

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN ALAUDDIN MAKASSAR**

2017

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul, “Peran Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Citra Polres Gowa”, yang disusun oleh Nur Alwiyah Jaya, NIM : 50700113124, mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang *munaqasyah* yang diselenggarakan pada hari Kamis, tanggal 07 Desember 2017, bertepatan dengan 18 Rabiul Awal 1439 H, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Samata-Gowa, 08 Desember 2017 M
19 Rabiul Awal 1439 H

DEWAN PENGUJI:

Ketua	: Haidir Fitra Siagian, S.Sos., M.Si., Ph.D (.....)
Sekretaris	: Dr. Hj. Haniah, Lc., MA (.....)
Munaqisy I	: Dr. H. Misbahuddin, M.Ag (.....)
Munaqisy II	: Rahmawati Haruna, SS., M.Si (.....)
Pembimbing I	: Dr. Nur Syamsiah, M.Pd.I (.....)
Pembimbing II	: Harmin Hatta, S.Sos., M.I.Kom (.....)

Diketahui oleh:

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Alauddin Makassar,



Dr. E. Abd. Rasyid Masri, M.Pd., M.Si., MM
NIP. 19690827 199603 1 004


PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan skripsi saudara **Nur Alwiyah Jaya** NIM: **50700113124**, mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, setelah meneliti dan mengoreksi secara seksama skripsi yang berjudul **“Peran Hubungan Masyarakat dalam meningkatkan Citra Polres Gowa”** memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk menempuh **Ujian Munaqasyah/Ujian Tutup**.

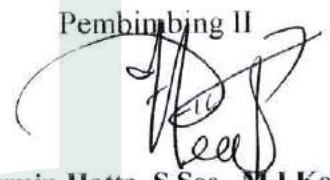
Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dipergunakan dan proses lebih lanjut.

Samata Gowa 04 Desember 2017

Pembimbing I



Dr. Nur Syamsiah, M.Pd.I
NIP. 19650621199203 2 002

Pembimbing II


Harmin Hatta, S.Sos., M.I.Kom
NIDN. 9920 100 342

Disahkan Oleh:

Wakil Dekan Bidang Akademik
Fak. Dakwah dan Komunikasi


Dr. H. Misbahuddin, S.Ag., M.Ag
NIP. 19701208 200003 1 001

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah swt, atas limpahan berkah, rahmat, dan pertolongan serta hidayah-Nya sehingga penulis diberikan kesempatan, kesehatan, dan keselamatan, serta kemampuan untuk dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Salawat dan salam atas junjungan kami baginda Nabi Muhammad saw yang telah menyampaikan kepada kami nikmat Islam dan menuntun manusia ke jalan yang lurus, yaitu jalan yang dikehendaki serta diridhoi oleh Allah swt.

Skripsi yang berjudul ***“Peran Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Polres Gowa”***. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat sebagai tugas akhir dalam menyelesaikan Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menemukan berbagai banyak rintangan dan kesulitan, baik itu yang datang dari pribadi peneliti sendiri maupun yang datang dari luar. Namun, dengan penuh kesabaran peneliti dapat melewati rintangan tersebut tentunya dengan petunjuk dari Allah swt dan adanya bimbingan serta bantuan dari semua pihak. Alhamdulillah skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, melalui ucapan sederhana ini penulis ingin menyampaikan terima kasih dan apresiasi setinggi-tingginya kepada:

1. Rektor Prof. Dr. H. Musafir Pababbari, M.Si., sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Wakil Rektor I UIN Alauddin Makassar, Prof. Dr.

H. Mardan, M.Ag., Wakil Rektor II UIN Alauddin Makassar, Prof. Dr. H. Lomba Sultan MA., Wakil Rektor III UIN Alauddin Makassar, Prof. Dr. Hj. Siti Aisyah Kara, MA. PhD., Wakil Rektor IV Prof. Hamdan Juhannis, MA.,Ph.D serta seluruh staff UIN Alauddin Makassar.

2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, Dr. H. Abd. Rasyid Masri, S.Ag., M.Pd., M.Si., M.M., Wakil Dekan I Dr. H. Misbahuddin, M.Ag., Wakil Dekan II, Dr. H. Mahmuddin, M.Ag, dan Wakil Dekan III, Dr. Nur Syamsiah, M.Pd.I yang telah memberikan wadah buat penulis.
3. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi, Ramsiah Tasruddin, S.Ag., M.Si dan Haidir Fitra Siagian, S.Sos., M.Si., Ph.D selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
4. Dr. Nur Syamsiah, M.Pd.I selaku pembimbing I yang senantiasa memberikan arahan serta petunjuk pada setiap proses penulisan skripsi ini sampai akhir hingga dapat diselesaikan dengan baik oleh penulis.
5. Harmin Hatta, S.Sos., M.I.Kom selaku pembimbing II yang telah memberikan perhatian dan meluangkan waktunya untuk membimbing penulis, dan tidak bosan-bosannya membantu dan mengarahkan serta memberikan semangat kepada penulis saat berkonsultasi.
6. Dr. H. Misbahuddin, M.Ag, selaku penguji I dan Rahmawati Haruna, SS., M.Si selaku penguji II yang telah senantiasa memberikan kritik dan saran untuk perbaikan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Segenap Dosen, Staf Jurusan, Tata Usaha, serta Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Komunikasi tak lupa penulis haturkan terima kasih yang sebesar-besarnya

atas ilmu, bimbingan, arahan serta motivasi selama penulis menempuh pendidikan di Jurusan Ilmu Komunikasi.

8. Kapolres Gowa beserta staff Polres Gowa terkhusus Kepala Sub Bagian Humas Polres Gowa beserta anggota Humas Polres Gowa yang telah membantu peneliti selama melakukan penelitian.
9. Segenap cinta serta ketulusan hati, saya ucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua saya Bapak Abbas dan Ibunda tercinta St. Aminah yang selamanya akan menjadi penyemangat terbesar dalam hidup saya.
10. Terima kasih juga kepada kakakku yang telah banyak membantu penulis selama jalannya perkuliahan sampai penyusunan skripsi ini.
11. Serta semua pihak yang tidak sempat penulis sebutkan. Terima kasih telah membantu kelancaran dalam penyusunan skripsi ini.

Dengan penuh kesadaran penulis menyadari penulisan skripsi ini jauh dari sempurna, walau demikian penulis berusaha menyajikan yang terbaik. Semoga Allah senantiasa memberi kemudahan dan perlindungan-Nya kepada semua pihak yang berperan dalam penulisan skripsi ini. Wassalam.

Makassar, Desember 2017

Penyusun

Nur Alwiyah Jaya
NIM: 50700113124

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR TRANSLITERASI	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus	5
C. Rumusan Masalah	7
D. Kajian Pustaka / Penelitian Terdahulu	7
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
BAB II TINJAUAN TEORITIS	
A. Komunikasi Organisasi	12
B. Hubungan Masyarakat	18
C. Citra	24
D. Humas dalam Prespektif Islam	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis dan Lokasi Penelitian	33
B. Pendekatan Penelitian	33
C. Sumber Data	34
D. Metode Pengumpulan data	34
E. Instrumen Penelitian	36
F. Teknik Analisis Data	37
G. Pengujian Keabsahan Data	38

BAB IV PERAN HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM MENINGKATKAN CITRA POLRES GOWA

A. Profil Polres Gowa	39
B. Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Polres Gowa	42
C. Faktor Pendukung dan Penghambat Humas Polres Gowa dalam Meningkatkan Citra Kepolisian	54

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	62
B. Implikasi Penelitian	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1 Informan Penelitian.....	33



DAFTAR TRANSLITERASI

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Transliterasi adalah pengalihan huruf dari abjad yang satu ke abjad lainnya. Yang dimaksud dengan transliterasi Arab-Latin dalam pedoman ini adalah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin serta segala perangkatnya.

Ada beberapa sistem transliterasi Arab-Latin yang selama ini digunakan dalam lingkungan akademik, baik di Indonesia maupun di tingkat global. Namun, dengan sejumlah pertimbangan praktis dan akademik, tim penyusun pedoman ini mengadopsi “Pedoman Transliterasi Arab Latin” yang merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I., masing-masing Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Tim penyusun hanya mengadakan sedikit adaptasi terhadap transliterasi artikel atau kata sandang dalam sistem tulisan Arab yang dilambangkan dengan huruf *ل* (*alif lam ma‘arifah*). Dalam pedoman ini, *al-* ditransliterasi dengan cara yang sama, baik ia diikuti oleh *alif lam Syamsiyah* maupun *Qamariyah*.

Dengan memilih dan menetapkan sistem transliterasi tersebut di atas sebagai acuan dalam pedoman ini, mahasiswa yang menulis karya tulis ilmiah di lingkungan UIN Alauddin Makassar diharuskan untuk mengikuti pedoman transliterasi Arab-Latin tersebut secara konsisten jika transliterasi memang diperlukan dalam karya tulis mereka. Berikut adalah penjelasan lengkap tentang pedoman tersebut.

1. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta	t	te
ث	s\ a	s\	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	h} a	h}	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	z\ al	z\	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	s} ad	s}	es (dengan titik di bawah)
ض	d} ad	d}	de (dengan titik di bawah)
ط	t} a	t}	te (dengan titik di bawah)
ظ	z} a	z}	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	apostrof terbalik
غ	gain	g	ge
ف	fa	f	ef

ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	wau	w	we
هـ	ha	h	ha
ء	hamzah	,	apostrof
ي	ya	y	ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>fath}ah</i>	a	a
إ	<i>kasrah</i>	i	i
أ	<i>d}ammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِيْ	fath}ah dan ya	ai	a dan i
اُوْ	fath}ah dan wau	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ: *kaifa*

هَؤُلَاءِ: *hauila*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ ... اِ ... اِ	<i>fath}ah</i> dan <i>alif</i>	a>	a dan garis di atas
اِيْ	<i>kasrah</i> dan <i>ya</i>	i>	i dan garis di atas
اُوْ	<i>d}ammah</i> dan <i>wau</i>	u>	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *ma>ta*

رَامَ : *rama>*

لَقِيَ : *qi>la*

يَامُوتُ : *yamu>tu*

4. *Ta marbu>t}ah*

Transliterasi untuk *ta marbu>t}ah* ada dua, yaitu: *ta marbu>t}ah* yang hidup atau mendapat harkat *fath}ah*, *kasrah*, dan *d}ammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta marbu>t}ah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbu>t}ah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbu>t}ah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَأْفَةٌ : *raud}ah>* وَرَأْفَةٌ : *al-at}fa>l*

مَدِينَةٌ : *al-madi>nah* فَادِيَةٌ : *al-fa>d}ilah*

حِكْمَةٌ : *al-h}ikmah*

5. *Syaddah (Tasydi>d)*

Syaddah atau *tasydi>d* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydi>d* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا: *rabbana*>

نَاجَّيْ: *najjai*>*na*>

أَلْهَقْ: *al-h}aqq*

أَلْهَجْ: *al-h}ajj*

نُحْمَ: *nu*“*ima*

أُدْءَ: *aduwwun*

Jika huruf *ى* ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ىـ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (i>).

Contoh:

أَلِيّ: *‘Ali*> (bukan ‘Aliyy atau ‘Aly)

أَرَبِيّ: *‘Arabi*> (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *لا* (*alif lam ma‘arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contohnya:

سَمْسُ: *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

زَلْزَلْ: *al-zalزالah* (*az-zalزالah*)

فلسفلا: *al-falsafah*

بلا: *al-bila>du*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contohnya:

نُورُ مَائِنَا: *ta'muru>na*

نُورُ نَائِنَا: *al-nau'*

نُورُ نَائِنَا: *syai'un*

نُورُ نَائِنَا: *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *al-Qur'a>n*), *Sunnah*, *khusus* dan *umum*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

فِي زَيْلِ الْقُرْآنِ

Al-Sunnah qabl al-tadwi>n

أَلْ-إِبْرَاهِيمُ بْنُ الْعِزِّ الْقُرْآنِيِّ

9. Lafz} al-Jala>lah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mud}a>f ilaih* (frasa nominal), ditransli-terasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

الله نُبِدِ *di>nulla>h* بِالله *billa>h*

Adapun *ta marbu>t}ah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz} al-jala>lah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

الله مَحَرَّ هِي فِي *hum}fi> rah}matilla>h*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

Wa ma> Muh}ammadun illa> rasu>l

Inna awwala baitin wud}i'a linna>si lallaz\i> bi Bakkata

muba>rakan Syahru Ramad}a>n al-laz\i> unzila fi>h al-Qur'a>n

Nas}i>r al-Di>n al-T{u>si>

Abu>> Nas}r al-Fara>bi>

Al-Gaza>li>

Al-Munqiz\ min al-D}ala>l

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu> (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contohnya:

Abu> al-Wali>d Muh}ammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd,
Abu> al-Wali>d Muh}ammad (bukan: Rusyd, Abu> al-Wali>d
Muh}ammad Ibnu)

Nas}r H{a>mid Abu> Zai>d, ditulis menjadi: Abu> Zai>d, Nas}r
H{a>mid (bukan: Zai>d, Nas}r H{ami>d Abu>)

DAFTAR SINGKATAN

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt. = subh}a>nahu> wa ta'a>la>

saw. = s}allalla>hu 'alaihi wa sallam

a.s. = 'alaihi al-sala>m

H = Hijrah

M = Masehi

SM = Sebelum Masehi

l. = Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)

w. = Wafat tahun

Q.S. ...(...): 4 = Quran, Surah ..., ayat 4

r.a = radhiallahu anhu/ anha/ anhum

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص = صفحة

دم = بدون مكان

صلعم = صلى الله عليه و سلم

ط = طبعة

دن = بدون ناشر

الخ = الى اخرها / الى اخره

ج = جزء



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

ABSTRAK

Nama : Nur Alwiyah Jaya

Nim : 50700113124

Judul : Peran Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Polres Gowa

Penelitian ini membahas tentang peran Humas dalam meningkatkan citra Polres Gowa, agar citra Kepolisian di masyarakat selalu positif. Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana peran Humas dalam meningkatkan citra Polres Gowa? 2) Bagaimana faktor pendukung dan penghambat Humas Polres Gowa dalam meningkatkan citra kepolisian?

Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode pendekatan yang dilakukan adalah pendekatan ilmu komunikasi mengenai *public relations*. Teknik pengumpulan data melalui metode observasi, metode wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) peran Humas dalam meningkatkan citra Polres Gowa, adalah: a) Membangun identitas Polres Gowa dengan cara aktif dalam kampanye sosial dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat, menjadi fasilitator antara institusi dan masyarakat, membangun hubungan baik dengan berbagai lembaga-lembaga swadaya masyarakat. b) Menghadapi dan menjawab keluhan masyarakat dengan cara memberikan suasana yang kondusif kepada masyarakat, memberikan penanganan awal terhadap keluhan ingin disampaikan sehingga dapat menanggulangi persepsi masyarakat terhadap citra negatif kepolisian dan memberikan penyelesaian masalah. c) Mempromosikan aspek kemasyarakatan melalui kerja sama dan membangun hubungan baik dengan media. 2) Faktor pendukung dan penghambat peran humas dalam meningkatkan citra Polres Gowa yaitu : a) Faktor pendukung internal, sarana dan prasarana. Faktor pendukung eksternal adalah keterlibatan media massa secara langsung ataupun tidak langsung dan peran serta seluruh komponen masyarakat. b) Faktor penghambat terdiri dari: keterbatasan personil humas, anggaran, kondisi dan fasilitas yang masih minim yang dimiliki Humas Polres Gowa.

Implikasi dari penelitian ini menunjukkan adalah di harapkan agar peran humas dalam meningkatkan citra Polres Gowa lebih dimkasimalkan, karena perlu menciptakan hubungan yang baik antara kepolisian dengan masyarakat, khususnya meningkatkan kualitas pelayanan. Serta, kepada semua yang mendukung faktor-faktor dalam peran humas Polres Gowa dalam meningkatkan citra kepolisian dapat dipertahankan dan ditingkatkan. Serta untuk faktor penghambat yang ada dan yang pernah terjadi menjadi referensi pembelajaran untuk kemajuan dan pengembangan institusi.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era yang modern ini banyak instansi pemerintahan melakukan berbagai macam terobosan guna meningkatkan citra instansi tersebut. Salah satu yang paling menonjol dalam meningkatkan citra suatu instansi pemerintahan adalah peran humas (hubungan masyarakat) mengingat bahwa salah satu tujuan humas adalah menumbuhkan citra suatu instansi secara positif baik dilingkungan eksternal (masyarakat) maupun lingkungan internal (pegawai ataupun staff instansi).

Humas dalam istilah lain disebut juga *Public Relations* merupakan cabang dalam kajian ilmu komunikasi. Dalam dunia *Public Relations* komunikasi merupakan keahlian utama yang harus dimiliki oleh seorang petugas humas dengan adanya komunikasi diharapkan terjadi kesamaan makna antara organisasi dengan publiknya serta terbentuknya opini publik yang menguntungkan. Namun pemahaman ini menimbulkan banyak interpretasi dalam implementasinya yang kemudian menimbulkan kebingungan bahkan ketidakjelasan peran *Public Relations* yang sesungguhnya.¹

¹Hidayati, T. *Peran Humas Dalam Implementasi Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik di Badan Publik (Studi Kasus Pada Badan Pemeriksa Keuangan RI)*. Universitas Gadjah Mada. 2014

Menurut Rex Harlow bahwa *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pemahaman, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerjasama melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan atau permasalahan, membantu untuk mampu menanggapi opini publik. Mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif bertindak sebagai peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama.²

Humas memiliki peranan yaitu dalam menyelenggarakan komunikasi timbal balik dua arah antara instansi dimana publik sebagai sasaran yang akhirnya dapat menemukan sukses atau tidaknya tujuan citra yang hendak dicapai oleh instansi yang bersangkutan. Dalam hal ini peran humas sangat menentukan perkembangan kemajuan instansi. Oleh karena itu humas menjadi barometer dalam menentukan kemajuan suatu instansi. Tujuan humas dalam menjalankan perannya adalah untuk menciptakan hubungan yang harmonis, saling percaya dan menjaga *image* dengan baik.³

Bagi sebuah lembaga instansi pemerintahan citra merupakan tujuan utama yang hendak dicapai. Pengertian citra itu sendiri abstrak dan tidak dapat di ukur secara sistematis, tetapi wujudnya dapat dirasakan dari hasil penilaian baik atau

²Rosadi Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, Rajawali Pers, Jakarta 2003, h.16

³Oemi S. *Komunika (Majalah Ilmiah Komunikasi Dalam Pembangunan)*. Vol. 10 No. 1. Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia 2007, h. 37

buruk. Citra adalah kesan yang dapat timbul berdasarkan pengalaman atas kenyataan yang sesungguhnya. Citra positif suatu lembaga dapat dibentuk melalui kegiatan-kegiatan komunikasi. Selain itu citra erat kaitannya dengan humas. Dimana humas mampu membuat berbagai program yang dapat meningkatkan citra positif lembaganya agar dapat memperoleh dukungan dan opini publik yang menguntungkan.

Instansi kepolisian negara Republik Indonesia merupakan salah satu pilar utama dalam menegakkan hukum di negara ini. Tentunya kepolisian juga harus semakin dewasa dalam menjalankan tugas dan fungsinya sebagai abdi negara, dimana kepolisian bertugas dibidang pemeliharaan keamanan dan ketertiban masyarakat. Polisi profesional dalam harapan masyarakat adalah polisi yang mampu memberikan perlindungan, pengayom dan pelayanan kepada masyarakat dengan kualitas baik. Harus diakui dan disadari bahwa membangun kepolisian sebagaimana yang didambakan masyarakat bukanlah pekerjaan yang sangat mudah, terlebih lagi dengan persepsi masyarakat terhadap citra polisi.

Telah lama berkembang persepsi di masyarakat bahwa aparat kepolisian masih sering melakukan penyalagunaan wewenang, korupsi, serta memberikan pelayanan yang buruk dan berlaku deskriminatif. Kepolisian merupakan salah satu institusi pemerintah yang paling banyak disorot masyarakat dan akibatnya banyak sekali prestasi korp Kepolisian dalam bidang Kamtibmas (pengamanan dan penertiban masyarakat) yang tertutupi oleh berbagai isu atau rumor yang berkaitan

dengan penyelewangan oleh aparat Kepolisian. Sehingga citra di masyarakat sangatlah buruk, seolah-olah tidak ada yang positif tentang citra kepolisian.

Salah satu faktor turunnya citra polisi dimata masyarakat karena sosok polisi digambarkan sebagai sarana pemerintah yang memiliki kekuatan politik serta kurangnya keteladanan tentang kepemimpinan yang terbuka, bersih dan tegas dalam menegakkan hukum.⁴ Sebagai contoh kasus pembobolan pada bank BNI yang melibatkan salah satu aparat kepolisian.

Tidak dapat dipungkiri bahwa aparat kepolisian juga telah berhasil menangani berbagai kasus kriminal seperti pencurian, pembunuhan, penyalahgunaan narkoba. Masyarakat pun perlu menghargai upaya yang dilakukan kepolisian dalam melakukan pemberantasan kejahatan seperti begal yang selalu meresahkan masyarakat. Jadi, sebagai lembaga yang dinamis kepolisian dituntut harus mampu mereformasi diri sebagai pelindung, pengayom, dan pelayan masyarakat serta sebagai aparat hukum yang harus profesional.

Fungsi humas dilembaga kepolisian mempunyai posisi strategis dimana humas kepolisian mendekatkan polisi dengan masyarakat sehingga humas Polres Gowa harus memaksimalkan tugasnya sesuai visi dan misi serta tujuan humas Polres Gowa yang sudah menjadi tugas dan tanggung jawabnya. Oleh karena itu peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul “PERAN HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM MENINGKATKAN CITRA POLRES GOWA” yang

⁴Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, (Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada, 2006), h.74

diharapkan agar citra positif Polres Gowa dapat terealisasi dengan cepat dan tepat serta memudahkan terwujudnya kesamaan pengertian dalam menciptakan lingkungan yang kondusif.

B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus

1. Fokus Penelitian

Fokus penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan. Dimana peneliti memfokuskan pada peran humas dalam meningkatkan citra Kepolisian Resor Gowa.

2. Deskripsi Fokus

Berdasarkan fokus penelitian dari judul diatas, dapat dideskripsikan substansi permasalahan dan substansi pendekatan pada peran humas Polres Gowa dalam meningkatkan citra kepolisian. Oleh karena itu peneliti mendeskripsikan fokus sebagai berikut:

a. Peran

Peran merupakan aspek dinamis dari kedudukan atau status. Seseorang melaksanakan hak dan kewajiban, berarti telah menjalankan suatu peran. Peran menentukan apa yang diperbuat seseorang bagi masyarakat. Peran juga menentukan kesempatan-kesempatan yang diberikan oleh masyarakat kepadanya. Peran di atur oleh norma-norma yang berlaku. Peran lebih menunjukkan pada fungsi penyesuaian diri dan sebagai sebuah proses.⁵

⁵ www.artikelsiana.com/2014/10/pengertian-peran-defenisi-fungsi.html

b. Humas

Hubungan masyarakat (*public relations*) mempunyai ruang lingkup yang menyangkut banyak manusia (publik, masyarakat, khalayak), baik di dalam institusi (*public intern*) maupun di luar institusi (*public ekstern*). Humas sebagai komunikator mempunyai fungsi ganda yaitu keluar memberikan informasi kepada khalayak dan kedalam menyerap reaksi dari khalayak. Humas merupakan suatu alat untuk memperlancar jalannya interaksi serta penyebaran informasi, menciptakan sikap saling pengertian, pengendalian dan kerjasama diantara instansi dan publiknya, membicarakan isu-isu, pengelolaan informasi, serta mengabdikan dengan penuh tanggung jawab terhadap kepentingan umum.

Humas Polres Gowa dalam penelitian ini diartikan sebagai jembatan atau pemberi informasi kepada masyarakat dan menyerap reaksi masyarakat atau publik, baik publik internal maupun eksternal. Serta bertanggung jawab terhadap kepentingan umum guna membangun citra Kepolisian.

c. Citra Kepolisian

Citra dalam bahasa Inggris disebut "*image*". Citra merupakan kesan yang diperoleh menurut tingkat pengetahuan dan pemahaman akan fakta (mengenai masyarakat, benda-benda, situasi-situasi). Citra merupakan tujuan utama dan

sekaligus merupakan reputasi dan persepsi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat (kehumasan) atau *public relations*.⁶

Citra yang dimaksud dalam penelitian ini adalah citra positif yang dibangun oleh kepolisian untuk mendapatkan pandangan yang baik di benak khalayak atau masyarakat, oleh karena itu kepolisian dituntut untuk meningkatkan pelayanan dan kinerja polisi agar citra positif tersebut bisa diraih.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana peran humas dalam meningkatkan citra kepolisian di Polres Gowa?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat Humas Polres Gowa dalam meningkatkan citra kepolisian?

D. Kajian Pustaka/ Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang ditemukan penulis berdasarkan judul Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Kepolisian pada Polres Gowa, sebagai berikut:

1. Novi Ayu Mariana

Peran dan Strategi Public Relations Melalui *Corporate Sosial Responsibility* (Studi Kasus CSR BNI Syariah Dalam Pengembangan Pendidikan Dengan Tema “Dari BNI Syariah untuk Indonesia yang lebih cerdas”) oleh Novi Ayu Mariana, mahasiswa Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas

⁶ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, (Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada, 2006), h.75

Indonesia. Penelitian ini membahas tentang peran dan strategi public relations melalui CSR BNI syariah dengan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan data-data berdasarkan dari hasil wawancara dan studi literatur sehingga memperoleh gambaran tentang peran dan strategi public relations. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa public relations berperan penting dalam pelaksanaan CSR bank BNI syariah tidak hanya dalam pembentukan strategi namun juga implementasi dan komunikasi CSR untuk membentuk corporate image. Kesamaan penelitian ini adalah subjek yang diteliti public relations dalam meningkatkan citra. Letak perbedaannya adalah objek penelitian ini pada bank BNI syariah, sedangkan penelitian diatas objek penelitiannya pada Polres Gowa.

2. Suci Astuti Amiruddin

Fungsi *Public Relations* PT. Inco. Tbk dalam Upaya Meningkatkan Citra Perusahaan oleh Suci Astuti Amiruddin, mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi konsentrasi Public Relations, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin Makassar. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, dimana peneliti berusaha memberikan gambaran, memaparkan serta menginterpretasikan objek yang diteliti secara sistematis dan faktual. Hasil penelitian ini perusahaan sudah cukup baik dengan menjalankan fungsi-fungsi *public relations* sebagai komunikator, membangun *relationship* dengan pihak internal dan eksternal. Selain itu ditemukan pula faktor-faktor pendorong dan penghambat kegiatan *public relations*. Kesamaan penelitian ini dengan penelitian diatas adalah menggunakan penelitian kualitatif dan

subjek penelitiannya yaitu *public relations* membangun citra perusahaan. Kemudian letak perbedaannya adalah objek penelitian ini pada PT. Inco. Tbk, sedangkan penelitian diatas objek penelitiannya pada Polres Gowa.

3. Novanda Agung Prihatama

Strategi humas Polda Jateng dalam Membangun Hubungan Baik Dengan Media oleh Novanda Agung Prihatama, program studi hubungan masyarakat, jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, Semarang. Penelitian ini membahas tentang strategi humas Polda Jateng dalam membangun hubungan baik dengan media. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa mengolah hubungan baik dengan media menjadi sangat penting dalam menunjang kegiatan *public relations* dan dalam menjalankan kegiatan *media relations*, salah satu tugas yang harus dikerjakan adalah menjalin hubungan baik dengan wartawan. Kesamaan penelitian ini adalah subjek yang diteliti *public relations* dalam membangun citra. Letak perbedaannya adalah objek penelitian ini pada Polda Jateng, sedangkan penelitian diatas objek penelitiannya pada Polres Gowa.

Tabel 1.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti / Judul	Perbedaan Penelitian		Persamaan Penelitian
		Penelitian Terdahulu	Penelitian Sebelumnya	
1	Nova Ayu Mariana judul “Peran dan strategi <i>public relations</i> melalui <i>corporate sosial responsibility</i> (studi kasus CSR BNI syariah dalam pengembangan pendidikan dengan tema “Dari BNI syariah untuk Indonesia yang lebih cerdas”)	Objek penelitian di Bank BNI syariah	Objek penelitian di Kepolisian Resor Gowa	Meneliti peran <i>public relations</i> Menggunakan penelitian kualitatif
2	Suci Astuti Amiruddin judul “Fungsi <i>public relations</i> PT. Inco. Tbk dalam upaya meningkatkan citra perusahaan”	Objek penelitian di PT. Inco. Tbk	Objek penelitian di Kepolisian Resor Gowa	Meneliti <i>public relations</i> meningkatkan citra perusahaan Menggunakan penelitian kualitatif
3	Novanda Agung Prihatama judul “Strategi humas Polda Jateng dalam membangun hubungan baik dengan media”	Objek penelitian di Polda Jateng	Objek penelitian di Kepolisian Resor Gowa	Meneliti mengenai humas kepolisian Menggunakan penelitian kualitatif

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2017

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui peran yang dilakukan humas dalam meningkatkan citra kepolisian pada Polres Gowa.
- b. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat humas Polres Gowa dalam meningkatkan citra kepolisian.

2. Kegunaan Penelitian

a. Manfaat Akademis

Penelitian ini untuk tambahan referensi dan sebagai acuan atau perbandingan dalam mengembangkan dan memperdalam pengetahuan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan kehumasan kerana memiliki kualitas dan keterkaitan yang erat dan peran penting dalam kecakapan kehidupan berkomunikasi.

b. Manfaat Praktis

Penelitian diharapkan dapat menjadi informasi, dapat menambah wawasan dan memberi masukan positif bagi mahasiswa, masyarakat dan baik pihak-pihak yang terkait mengenai peran humas dalam meningkatkan suatu citra instansi atau perusahaan.

BAB II

TINJAUAN TEORETIS

A. *Komunikasi Organisasi*

1. **Pengertian Komunikasi Organisasi**

Pemahaman terhadap komunikasi organisasi erat kaitannya dengan dengan berbagai aspek lainnya dari perilaku organisasi secara keseluruhan, juga dapat dilihat lebih luas lagi yaitu dengan pengkajian antar disiplin khususnya pada ilmu komunikasi.¹ Komunikasi menurut Carl I. Hovland adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain. Menurut Evert M. Rogers, komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.²

Organisasi menurut Schein mengatakan bahwa organisasi adalah suatu koordinasi rasional kegiatan sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian pekerjaan dan fungsi melalui hierarki otoritas dan tanggung jawab. Selain itu Schein juga mengatakan bahwa organisasi mempunyai karakteristik tertentu yaitu mempunyai struktur, tentang komunikasi manusia untuk mengkoordinasikan aktivitas dalam organisasi tersebut.³

Goldhaber memberikan definisi komunikasi organisasi sebagai berikut.

“Organizational communication is the process of creating and exchanging messages within a network of interdependent relationship to cope with

¹Sweeney, Poul D dan Dean B. McFarlin. *Organizational Behavior :Solution for management. McGraw-Hill. International Edition* 2002 h. 4

²Dedy Mulyana, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, (Bandung: Remaja Rosadakarya, 2001), h.62

³Schein, Edgar H, ,”Organizational Culture and Leadership”, Jossey Bass, San Francisco. 1982. h. 25

environmental uncertainty”. Atau dengan kata-kata lain komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah.⁴ Komunikasi organisasi mengandung tujuh konsep, yaitu:

a. Proses

Suatu sistem terbuka yang dinamis yang menciptakan dan saling menukar pesan diantara anggotanya. Karena gejala menciptakan dan menukar informasi ini berjalan terus menerus dan tidak ada henti-hentinya maka dikatakan sebagai suatu proses.

b. Pesan

Susunan simbol yang penuh arti tentang orang, objek, kejadian yang dihasilkan oleh interaksi dengan orang. Untuk berkomunikasi orang harus sanggup menyusun suatu gambaran mental, memberi gambaran itu nama dan mengembangkan suatu prasaan terhadapnya. Komunikasi tersebut efektif kalau pesan yang dikirimkan itu diartikan sama dengan apa yang dimaksudkan oleh si pengirim.

Dalam komunikasi organisasi kita mempelajari ciptaan dan pertukaran pesan dalam seluruh organisasi. Pesan dalam organisasi ini dapat dilihat menurut beberapa klasifikasi, yang berhubungan dengan bahasa, penerima yang dimaksud, metode difusi dan arus tujuan dari pesan.

⁴Arni Muhammad. *Komunikasi organisasi*. Bumi Aksara Jakarta. 2014. h. 67

Pengklasifikasian pesan menurut bahasa dapat pula dibedakan atas pesan verbal dan nonverbal. Klasifikasi pesan menurut penerima yang diharapkan dapat pula dibedakan atas pesan internal dan eksternal. Pesan internal khusus dipakai karyawan dalam organisasi. Sedangkan pesan eksternal adalah untuk memenuhi kebutuhan organisasi sebagai sistem terbuka yang berkaitan dengan lingkungan dan masyarakat umum.

Pesan dapat pula diklasifikasikan menurut bagaimana pesan itu disebarluaskan atau metode diffusi. Kebanyakan komunikasi organisasi disebarluaskan dengan menggunakan metode "*hardware*" untuk dapat berfungsi tergantung kepada alat-alat elektronik dan "*power*". Sedangkan pesan yang menggunakan metode "*software*" tergantung kepada kemampuan dan skil dari individu terutama dalam berpikir menulis, berbicara dan mendengar agar dapat berkomunikasi satu sama lain.

Klasifikasi pesan yang terakhir adalah berdasarkan tujuan dari pada pengiriman dan penerimaan pesan. Redding (Goldhaber) menyarankan ada tiga alasan umum bagi arus pesan dalam organisasi yaitu: berkenaan dengan tugas-tugas dalam organisasi, pemeliharaan organisasi, dan kemanusiaan.

Thayer mengemukakan empat fungsi khusus dari arus pesan dalam organisasi yaitu: untuk memberi informasi, untuk mengatur, untuk membujuk dan untuk mengintegrasikan. Goldhaber menggunakan tiga klasifikasi Redding ditambah dengan klasifikasi baru yaitu inovasi ini misalnya rencana baru organisasi, kegiatan baru organisasi, kegiatan baru, program baru atau pengarahan yang membangkitkan pemecahan masalah.

c. Jaringan

Organisasi terdiri dari satu seri orang yang tiap-tiapnya menduduki posisi atau peranan tertentu dalam organisasi. Ciptaan dan pertukaran pesan dari orang-orang ini sesamanya terjadi melewati suatu set jalan kecil yang dinamakan jaringan komunikasi. Peran tingkah laku dalam suatu organisasi menentukan siapa yang menduduki posisi atau pekerjaan tertentu baik dinyatakan secara formal maupun tidak formal.

Faktor kedua yang mempengaruhi hakekat dan luas jaringan komunikasi adalah arah dari jaringan. Secara tradisional ada tiga klasifikasi arah jaringan komunikasi ini yaitu: komunikasi kepada bawahan, komunikasi kepada atasan dan komunikasi horizontal. Faktor terakhir yang mempengaruhi jaringan komunikasi adalah proses serial dari pesan. Proses serial ini adalah suatu istilah komunikasi yang maksudnya selangkah demi selangkah atau dari orang kepada orang lain.

d. Keadaan saling tergantung

Keadaan yang saling tergantung satu bagian dengan bagian lainnya. Hal ini telah menjadi sifat dari suatu organisasi yang merupakan suatu sistem terbuka. Bila suatu bagian dan organisasi mengalami gangguan maka akan berpengaruh kepada bagian lainnya dan mungkin juga kepada seluruh sistem organisasi. Begitu juga halnya dengan jaringan komunikasi dalam suatu organisasi saling melengkapi.

e. Hubungan

Karena organisasi merupakan suatu sistem terbuka, sistem kehidupan sosial maka untuk berfungsinya bagian-bagian itu terletak pada tangan manusia. Oleh karena itu hubungan manusia dalam organisasi yang memfokuskan kepada

tingkah laku komunikasi dari orang yang terlibat dalam suatu hubungan perlu dipelajari. Hubungan manusia dalam organisasi berkisar mulai dari yang sederhana yaitu: hubungan diantara dua orang atau lebih sampai kepada hubungan yang kompleks, yaitu hubungan dalam kelompok-kelompok kecil, maupun besar, dalam organisasi.

Thayer membedakan hubungan ini menjadi hubungan yang bersifat individual, kelompok dan hubungan organisasi. Lain halnya dengan Pace dan Boren mereka menggunakan istilah hubungan interpersonal terhadap komunikasi yang terjadi dalam hubungan tatap muka. Dia membedakan empat macam komunikasi yaitu komunikasi dyadic (antara 2 orang), komunikasi serial yaitu komunikasi yang diperluas berupa satu seri, komunikasi kelompok kecil yaitu komunikasi antara 3-12 orang dan komunikasi “*audiance*” atau komunikasi kelompok besar yang terdiri dari 13 orang lebih.

f. Lingkungan

Lingkungan adalah semua totalitas secara fisik dan faktor sosial yang diperhitungkan dalam pembuatan keputusan mengenai individu dalam suatu sistem. Lingkungan ini dapat dibedakan atas lingkungan internal dan eksternal. Komunikasi organisasi terutama berkenaan dengan transaksi yang terjadi dalam lingkungan internal organisasi yang terdiri dari organisasi dan kulturenya, dan antara organisasi itu dengan lingkungan eksternalnya. Yang dimaksud dengan kultur organisasi adalah pola kepercayaan dan harapan dari anggota organisasi yang menghasilkan norma-norma yang membentuk tingkah-laku individu dan kelompok dalam organisasi.

Organisasi sebagai suatu sistem terbuka harus berinteraksi dengan lingkungan eksternal. Karena lingkungan berubah-ubah, maka organisasi

memerlukan informasi baru. Informasi baru ini harus dapat mengatasi perubahan dalam lingkungan dengan menciptakan dan pertukaran pesan baik secara internal dalam unit-unit yang relevan maupun terhadap kepentingan umum secara eksternal.

g. Ketidak pastian

Perbedaan informasi yang tersedia dengan informasi yang diharapkan. Untuk mengurangi faktor ketidak pastian ini organisasi menciptakan dan menukar pesan diantara anggota, melakukan suatu penelitian, pengembangan organisasi, dan menghadapi tugas-tugas yang kompleks dengan integrasi yang tinggi.

2. Pendekatan Komunikasi Organisasi

Pendekatan komunikasi organisasi adalah salah satu konsep yang dilakukan guna untuk mendapatkan informasi dan menentukan tujuan dalam mengidentifikasi suatu organisasi. Oleh karena itu komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi dapat juga digunakan menjadi tiga pendekatan, yaitu:⁵

a. Pendekatan Makro

Dalam pendekatan makro organisasi dipandang sebagai struktur global yang berinteraksi dengan lingkungannya. Dalam interaksi ini organisasi melakukan aktivitas tertentu seperti:

- 1) Memproses Informasi dan Lingkungannya
- 2) Identifikasi
- 3) Integrasi dengan Organisasi Lain
- 4) Penentuan Tujuan

⁵Arni Muhammad. *Komunikasi organisasi*. Bumi Aksara Jakarta. 2014. h. 74-75

b. Pendekatan Mikro

Pendekatan ini menfokuskan kepada komunikasi dalam unit dan sub unit pada suatu organisasi. Komunikasi yang diperlukan pada tingkat ini adalah komunikasi antara anggota kelompok, komunikasi untuk pemberian orientasi dan latihan, komunikasi untuk melibatkan anggota kelompok dalam tugas kelompok, komunikasi untuk menjaga iklim organisasi, komunikasi dalam mensupervisi dan pengarahan pekerjaan dan komunikasi untuk mengetahui rasa kepuasan kerja dalam organisasi.⁶

c. Pendekatan Individual

Pendekatan individual berpusat kepada tingkah laku komunikasi individual dalam organisasi. Semua tugas-tugas yang telah diuraikan pada kedua pendekatan yang terdahulu akhirnya diselesaikan oleh komunikasi individual satu sama lainnya. Komunikasi individual ini ada beberapa bentuk diantaranya berbicara dalam kelompok kerja, mengunjungi dan berinteraksi dalam rapat, menulis dan mengonsep surat, dan memperdebatkan suatu usulan dan sebagainya.⁷

B. *Humas*

1. Pengertian Humas

Humas atau biasa disebut *public relations* merupakan proses interaksi untuk menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan kedua belah pihak dan menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi, dan partisipasi publik. Proses tersebut bertujuan menanamkan keinginan baik, kepercayaan, pengertian dan citra yang baik bagi publiknya. Salah satu definisi menyebutkan,

⁶Syarifuddin S. Gassing dan Suryanto, *Public Relations*, (Yogyakarta: ANDI 2016), h.11

⁷ Arni Muhammad. *Komunikasi organisasi*. Bumi Aksara Jakarta. 2014. h.80

bahwa *public relations* adalah komunikasi untuk menciptakan citra positif dari mitra organisasi atas dasar menghormati kepentingan bersama.⁸

Dalam bukunya "*The Engineering of Consent*" Edward Louis Bernays, mendefinisikan *public relations* sebagai publik yang memiliki pengertian untuk mendukung serta memiliki niat baik. Jadi pada awalnya *public relations* bertugas membujuk publik untuk memiliki pengertian dan mendukung institusi. Dalam konteks ini, komunikasi dalam *public relations* bersifat satu arah. Selain itu, Bernays juga menekankan persuasi sebagai bentuk pernyataan atau komunikasi yang dilakukan guna mengubah pendapat atau sikap publik.⁹

Frank Jefkins, menyatakan bahwa *public relations* adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik berlandaskan pada saling pengertian. Pada intinya *public relations* senantiasa berkenaan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui informasi dan membagi pengetahuan. Melalui kegiatan tersebut diharapkan akan muncul suatu dampak perubahan yang positif.¹⁰

Marston, bahwa *public relations* adalah seni untuk membuat perusahaan anda disukai dan dihormati oleh para karyawan, konsumen dan para penyalurnya. Kata kunci disini adalah "disukai" dengan membuat perusahaan disukai karyawan, konsumen dan penyalurnya maka perusahaan akan terhindar dari sasaran kemarahan.

⁸ Elvinaro Erdianto, *Public Relations Suatu Pendekatan Praktis*, (Bandung: PT. Pustaka Bani Quraisy), h.4

⁹ F. Rachmadi, *Public Relations (dalam Teori dan Praktek)*, Jakarta: Gramedia Pustaka utama, 1992), hal. 19.

¹⁰ Jefkins, Frank. 2004, *Public Relations (Edisi Kelima)*, Jakarta, Erlangga. h. 10

Dari berbagai definisi yang dikemukakan para ahli, dapat dilihat adanya kesamaan pokok pikiran mengenai *Public Relations* yaitu:

- a. *Public Relations* merupakan kegiatan yang bertujuan memperoleh goodwill, kepercayaan, saling pengertian, dan citra yang baik dari publik atau masyarakat.
 - b. Sasaran *Public Relations* merupakan unsur yang sangat penting dalam manajemen guna mencapai tujuan yang spesifik dari organisasi atau perusahaan.
 - c. *Public Relations* adalah usaha untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara suatu badan atau organisasi dengan masyarakat melalui suatu komunikasi timbal balik antara dua arah. Hubungan harmonis ini timbul dari *mutual understanding*, *mutual confidence*, dan *image* yang baik untuk mencapai opini publik yang positif.
4. *Public Relations* adalah suatu proses yang ke luar dan ke dalam organisasi atau perusahaan dari usaha-usaha manajemen dan proses penetapan serta pelaksanaan kebijaksanaan demi kepentingan langganannya, pegawainya, dan publik umumnya.

Semua hal di atas dapat dilaksanakan oleh *public relations* dengan menunjukan hal-hal yang positif tentang apa yang telah dilaksanakan dan direncanakan. Memberikan keterangan-keterangan kepada publik dengan jujur. Selain itu juga sikap yang simpatik, ramah dan kata-kata sopan yang menunjukkan perhatian pada *public welfare* (kesejahteraan masyarakat).

2. Peran dan Fungsi Humas

Keberadaan *public relations* di dalam organisasi sangat penting. Urusan kerja yang ditangani humas juga sangat fundamental, terkait nama baik dan perkembangan organisasi. Oleh sebab itu, *public relations* sudah selayaknya memahami fungsi dan tujuan kerja secara baik. Ada beragam pandangan mengenai fungsi *public relations* dalam organisasi. Betrand , menguraikan tiga pokok fungsi *public relations*. *Pertama*, mengabdikan kepada kepentingan publik. *Kedua*, memelihara komunikasi yang baik. *Ketiga*, menitikberatkan pada aspek moral dan etika yang baik.¹¹

Sementara itu, Edward L. Bernays juga mengungkapkan ada tiga fungsi penting *public relations* dalam organisasi. *Pertama*, memberikan penerangan kepada publik. *Kedua*, membujuk publik untuk mengubah sikap dan tindakan. *Ketiga*, berusaha mempresentasikan sikap organisasi terhadap publik dan sebaliknya. Ketiga hal tersebut antara lain:

- a. Mengetahui secara pasti dan mengevaluasi pendapat umum yang berkaitan dengan organisasi.
- b. Memberikan nasihat kepada para eksekutif mengenai cara-cara menangani opini publik yang setiap saat dapat berubah.
- c. Melakukan upaya komunikasi untuk memengaruhi opini publik.¹²

Sedangkan menurut Cutlip and Center , terdapat empat fungsi *public relations* yang harus dipahami. *Pertama*, menunjang kegiatan manajemen untuk mencapai tujuan organisasi. *Kedua*, menciptakan komunikasi dua arah antara

¹¹Syarifuddin S. Gassing dan Suryanto, *Public Relations*, (Yogyakarta: ANDI 2016), h.103

¹²Syarifuddin S. Gassing dan Suryanto, *Public Relations*, (Yogyakarta: ANDI 2016), h.105

organisasi dengan publiknya. *Ketiga*, melayani publik dan memberikan nasihat kepada pimpinan terkait kepentingan umum. *Keempat*, membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya.

3. Ruang Lingkup Tugas Humas

Tugas *public relations* secara umum adalah menyampaikan pesan atau informasi dari perusahaan secara lisan, tertulis atau visual kepada publiknya, sehingga masyarakat (publik) memperoleh pengertian yang benar dan tepat mengenai kondisi perusahaan atau lembaganya, tujuan dan kegiatannya. Melakukan studi dan analisis atau reaksi serta tanggapan publik terhadap kebijakan dan langkah tindakan perusahaan, termasuk segala macam pendapat publik yang mempengaruhi perusahaan, memberi informasi kepada pejabat (eksekutif) tentang publik *acceptance* dan non *acceptance* atau cara-cara dan pelayanan kepada perusahaan.

Humas dalam melaksanakan tugasnya membutuhkan media sebagai alat untuk menyampaikan informasi perusahaan atau instansi, begitu pula dengan kegiatan humas yang menyangkut publisitas. Adapun ruang lingkup tugas *public relations* dalam sebuah organisasi atau perusahaan antara lain meliputi aktifitas, yaitu:

a. Membina hubungan ke dalam (*public internal*)

Publik internal adalah publik yang menjadi bagian dan unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri. Seorang *public relations* harus mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif di masyarakat, sebelum kebijakan itu di jalankan oleh organisasi.

b. Membina hubungan keluar (*public external*)

Publik eksternal adalah publik umum (masyarakat). Bagi suatu perusahaan atau organisasi, hubungan dengan publik diluar perusahaan atau organisasi merupakan suatu keharusan. Dengan demikian, *public relations* hendaknya mampu melaksanakan tugas-tugas berikut ini didalam organisasi atau perusahaannya.¹³

Terdapat pula lima pokok tugas *public relations* dalam meningkatkan citra instansi yaitu:

- a. Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui gambar (visual) kepada publik, supaya publik mempunyai pengertian yang benar tentang tujuan serta kegiatan perusahaan atau instansi.
- b. Memonitor, merekam dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum atau masyarakat.
- c. Memperbaiki citra perusahaan atau instansi.
- d. Tanggung jawab sosial terhadap semua kelompok yang ada hubungannya dan memerlukan informasi.
- e. Komunikasi.¹⁴

¹³Kustadi Suhandang. *Public Relations Perusahaan; Kajian Program dan Implementasi*, h. 81-82

¹⁴Sr. Maria Assumpta Rumanti, *Dasar-Dasar Public Relations: Teori dan Publik*, h. 25

C. *Citra*

1. Pengertian Citra

Citra (*image*) adalah sebuah pandangan mengenai suatu perusahaan atau instansi yang bersifat penilaian objektif masyarakat atas kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap institusi, kesan yang diciptakan dari suatu obyek orang atau organisasi.

Pengembangan citra merupakan salah satu bagian yang terpisahkan dari strategi marketing. Citra akan datang dengan sendirinya dari upaya yang ditempuh sehingga komunikasi dan keterbukaan merupakan salah satu faktor utama untuk mendapatkan citra yang positif.

Selanjutnya beberapa definisi citra yang dikemukakan oleh para ahli antara lain:

Bill Canton mengatakan bahwa citra adalah kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi.

Philip Henslowe, citra adalah kesan yang diperoleh dari tingkat pengetahuan dan pengertian terhadap fakta (tentang orang-orang, produk atau situasi).

Rhenald Kasali mendefinisikan citra sebagai kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan. Pemahaman itu sendiri timbul karena adanya informasi.

Sedangkan Frank Jefkins mengartikan citra sebagai kesan, gambaran atau impresi yang tepat (sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya) mengenai berbagai kebijakan, personel, produk, atau jasa-jasa suatu organisasi atau perusahaan.

Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia public relations. Pengertian citra itu sendiri

abstrak dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penelitian baik atau buruk. Penelitian atau tanggapan masyarakat dapat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat, kesan-kesan yang baik dan menguntungkan terhadap suatu citra perusahaan, yayasan atau produk barang dan jasa yang pelayanannya diwakili oleh pihak *public relations*. Biasanya landasan citra itu berakhir dari nilai-nilai kepercayaan yang kongkretnya diberikan secara individual, dan merupakan pandangan atau persepsi, serta terjadinya proses akumulasi dari kepercayaan yang telah diberikan oleh individu-individu tersebut mengalami proses cepat atau lambat untuk membentuk suatu opini publik yang lebih luas dan abstrak yang sering dinamakan dengan citra (*image*).

Jadi citra merupakan gambaran yang ada dalam benak publik tentang suatu lembaga. Citra mencerminkan wajah dan budaya institusi sejalan dengan strategi institusi, jelas dan konsisten. Sasaran pencitraan adalah bagaimana tercipta opini publik dalam kaitannya dengan keberadaan sebuah lembaga yang melayani atau memperjelas lembaga tersebut yang tergabung dalam istilah *public relations* atau humas.

2. Jenis Citra

a. Citra Bayangan

Citra ini biasanya melekat pada orang dalam atau anggota-anggota organisasi, biasanya adalah pemimpinnya mengenai anggapan pihak luar tentang organisasinya. Dalam kalimat lain, citra bayangan adalah citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar, terhadap organisasinya. Citra ini seringkali tidak tepat, bahkan hanya sekedar ilusi, sebagai akibat dari tidak memadainya informasi, pengetahuan atau pun pemahaman yang dimiliki oleh kalangan dalam organisasi itu mengenai pendapat atau pandangan pihak-pihak luar.

b. Citra yang Berlaku

Citra yang berlaku adalah suatu citra atau pandangan yang dianut oleh pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi. Citra ini sepenuhnya ditentukan oleh banyak sedikitnya informasi yang dimiliki oleh mereka yang mempercayainya.

c. Citra Majemuk

Citra majemuk yaitu adanya *image* yang bermacam-macam dari publiknya terhadap organisasi tertentu yang ditimbulkan oleh mereka yang mewakili organisasi kita dengan tingkah laku yang berbeda-beda atau tidak seirama dengan tujuan atau asas organisasi kita.

d. Citra Perusahaan

Citra perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra atas produk dan pelayanannya.

e. Citra Harapan

Citra harapan adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen atau suatu organisasi. Citra yang diharapkan biasanya dirumuskan dan diterapkan untuk sesuatu yang relatif baru, ketika khalayak belum memiliki informasi yang memadai mengenainya.¹⁵

3. Faktor Pembentukan Citra

Citra sebuah organisasi terbentuk dari beragam sebab, antara lain:

a. Identitas Fisik

Secara fisik, sebuah organisasi atau individu dapat dilihat dari pengenalan visual, audio dan media komunikasi yang digunakan. Pengenalan visual misalnya nama

¹⁵ Frank Jefkins, *Public Relations*, (Jakarta: Erlangga, 1998) Edisi ke V. H.20-412

yang melekat, logo, gedung dan lobi sebuah kantor. Pengenal audio misalnya sebuah organisasi memiliki jingle atau lagu yang mencerminkan corak organisasi. Pengenal media berhubungan dengan media yang digunakan organisasi untuk memperkenalkan citra diri, misalnya berupa company profile, brosur, laporan tahunan, berita dan lain-lain. Beragam pengenal tersebut biasanya mencerminkan identitas, visi, misi dan sifat si pemilik.

b. Identitas Nonfisik

Identitas nonfisik berhubungan dengan identitas organisasi yang tidak dapat dilihat dengan mata telanjang. Misalnya, sejarah, filosofi, budaya di dalam organisasi, sistem punish and reward, susunan manajemen, kepercayaan dan nilai kemanusiaan yang ditanamkan dan lain sebagainya.

c. Kualitas Hasil, Mutu dan Pelayanan

Selain identitas, citra sebuah organisasi juga dibentuk oleh hasil dan mutu produk. Artinya, sebuah produk yang dirancang, baik barang dan jasa, mencerminkan kualitas manajemen. Semakin baik sebuah hasil kerja dengan dibarengi mutu yang terjaga, citra organisasi tentu semakin baik. Untuk menunjang hasil dan menjaga kebaikan mutu di mata konsumen, organisasi harus memaksimalkan pelayanan.

d. Aktivitas dan Pola Hubungan

Jika sebuah organisasi sudah mempunyai produk dengan mutu terjaga, maka menjaga hubungan dengan konsumen dan rekan bisnis tentu harus selalu dicatat. Aktivitas dan pola hubungan dengan individu, jaringan dan sumber daya di luar organisasi mencerminkan tanggung jawab adalah pola dasar.¹⁶

¹⁶ Syarifuddin S. Gassing dan Suryanto, *Public Relations*, (Yogyakarta: ANDI 2016), h.157-158

D. *Humas dalam Perspektif Islam*

Public relations pada hakekatnya adalah penyampaian berbagai pesan berupa komunikasi. Al-Qur'an adalah kitab suci yang berisi petunjuk dari Allah bagi umat manusia, karena itu subjek utamanya adalah pengkajian terhadap manusia dan segala bentuk-bentuk kehidupan sosialnya.

Dalam berbagai literatur tentang kaidah humas dalam Al-Qur'an kita dapat menemukan enam jenis gaya bicara atau pembicaraan (*qaulan*) yang dikategorikan sebagai kaidah, prinsip hubungan masyarakat (*public relations*) dalam Al-Qur'an. *Public relations* yang terdapat dalam Al-Qur'an adalah sebagai berikut:

1. *Qaulan Ma'rufa* (selalu berkata dan berbuat baik)

Ma'rufan identik dengan kata budaya, menurut M. Quraish Shihab, *ma'ruf* secara bahasa artinya baik dan diterima oleh nilai-nilai yang berlaku di masyarakat. *Qaulan ma'rufa* berarti perkataan yang sesuai dengan norma dan nilai yang berlaku di masyarakat. Selain itu, *qaulan ma'rufa* berarti pula perkataan yang pantas. Sebagaimana Allah swt, berfirman dalam surah An-Nisa ayat 36:

﴿وَاعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا ۚ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَن كَانَ مُخْتَالًا فَخُورًا ۝﴾

Terjemahnya:

“Sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan Nya dengan sesuatupun. dan berbuat baiklah kepada dua orang ibu-bapa, karib-kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga yang dekat dan tetangga yang jauh, dan teman sejawat, Ibnu sabil dan hamba sahayamu. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membangga-banggakan diri.”¹⁷

Ayat diatas menunjukkan bahwa hubungan antara manusia yang satu dengan yang lainnya merupakan *sunnatullah*. Manusia berhak bekerjasama

¹⁷Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h.84

dengan yang lain dalam rangka mencapai tujuan hidup yang dicita-citakan dengan selalu berharap ridho Allah swt.

2. *Qaulan Sadidan* (perkataan yang benar, jujur)

Sadidan berarti jelas, jernih, terang. Qaulan sadidan merupakan perkataan benar tidak mengada-ada. Sebagaimana dijelaskan Allah swt dalam surah An-Nisa ayat 9, sebagai berikut:

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

Terjemahnya:

“Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan Perkataan yang benar.”¹⁸

Muhammad Sayyid Thanthawi berpendapat bahwa ayat di atas ditujukan kepada semua pihak, siapa pun karena semua diperintahkan untuk berlaku adil, berucap yang benar dan tepat.

Kata *qaulan sadidan* (perkataan yang benar), menurut Syaikh Al-Alusi adalah perkataan yang benar yang disertai dengan lemah lembut dan adab yang baik. Maka hendaknya humas dalam mengkomunikasikan sesuatu kepada publik hendaknya dilakukan dengan benar dan tidak kasar juga dengan tatakrama yang sopan dan paling penting info itu akurat.

3. *Qaulan Balighan* (mudah dimengerti)

Balighan berarti sampai. Dalam konteksnya ayat dalam surah An-Nisa, *qulan balighan* dimaknai sebagai perkataan yang sampai dan meninggalkan bekas didalam jiwa seseorang. . Sebagaimana dijelaskan Allah swt dalam surah An-Nisa ayat 63, sebagai berikut:

¹⁸ Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h.78

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا ﴿١٢﴾

Terjemahnya:

“Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan Katakanlah kepada mereka Perkataan yang berbekas pada jiwa mereka.”¹⁹

Kata *balighan* (membekas pada jiwa), hal ini dapat kita pahami bahwa seorang humas hendaknya dalam berkomunikasi mempunyai rasa atau membekas pada lawan bicara atau pada publik.

4. *Qaulan Kariman* (perkataan yang mulia)

Dilihat dari segi bahasa, *kariman* berasal dari kata *karuma yakrumu karman karimun* yang bermakna mulia. Al-qur'an mengingatkan kita untuk menggunakan bahasa yang mulia, yakni perkataan yang meemuliakan dan memberi penghormatan kepada orang tua yang diajak bicara sebagaimana Allah swt berfirman dalam surah Al-Israa' ayat 23:

﴿وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسِنًا ۖ إِنَّمَا يُبَلِّغُنَّ عَنْكَ الْكِبَرُ ۖ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا ۖ﴾

Terjemahnya:

“Dan Tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. jika salah seorang di antara keduanya atau Kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, Maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya Perkataan "ah" dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka Perkataan yang mulia.”²⁰

Dari ayat tersebut jelas bahwa kita diperintahkan untuk mengucapkan perkataan yang baik atau mulia karena perkataan yang baik dan benar adalah suatu komunikasi yang menyeru kepada kebaikan dan merupakan bentuk komunikasi yang menyenangkan.

¹⁹ Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h.88

²⁰ Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h.284

5. *Qaulan Layyinan* (perkataan yang lembut)

Secara bahasa *layyinan* artinya lemah lembut, *layyinan* adalah kata-kata sindiran bukan kata-kata terus terang atau lugas apalagi kasar. Seperti yang dijelaskan Allah swt dalam surah Thaha ayat 43-44, sebagai berikut:

أَذْهَبَا إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ ﴿٤٣﴾ فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ ﴿٤٤﴾

Terjemahnya:

“Pergilah kamu berdua kepada Fir'aun, Sesungguhnya Dia telah melampaui batas; Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat atau takut.”²¹

Perintah Allah ini menunjukkan bahwa manusia hendaknya selalu menyampaikan ajakan dengan menggunakan kata-kata yang lembut. Firmannya *la allahu yatadzakkaru auw yakhsyal* artinya mudah-mudahan ia ingat atau takut, dengan pengertian yang dikemukakan di atas, mengisyaratkan bahwa peringkat zikir terus menerus yang mengantar kepada kehadiran Allah dalam hati dan kekaguman kepada-Nya merupakan peringkat yang lebih tinggi daripada peringkat takut. Ini karena kekaguman menghasilkan cinta dan cinta memberi tanpa batas serta menerima apapun dari yang dicintai.²²

Dari ayat diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa qaulan layyinan berarti pembicaraan yang lembut-lembut, dengan suara yang enak didengar dan penuh keramahan, sehingga dapat menyentuh hati maksudnya tidak mengeraskan suara, seperti membentak, meninggikan suara. Siapapun tidak suka bila berbicara dengan orang-orang yang kasar. Dengan qaulan layyinan, hati komunikan (orang yang diajak berkomunikasi) akan merasa tersentuh dan jiwanya tergerak untuk menerima pesan komunikasi kita. Dengan demikian, sebagai seorang yang berprofesi sebagai humas dalam berkomunikasi semaksimal mungkin

²¹ Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h.314

²² M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah*, h. 596

menghindari kata-kata dan suara yang bernada keras dan tinggi tetapi harus dengan lemah lembut.

6. *Qaulan Maysura* (perkataan yang ringan)

Masyura artinya mudah. *Qaulan masyura* berarti perkataan yang mudah. Seperti yang dijelaskan Allah swt dalam surah Al-Israa' ayat 28, sebagai berikut:

وَأِمَّا تُعْرِضَنَّ عَنْهُمْ أَبْتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا ﴿٢٨﴾

Terjemahnya:

”Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, Maka Katakanlah kepada mereka Ucapan yang pantas.”²³

Kalimat *ihrigha'a rahmatin min rabbika* untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu, bisa juga dipahami berkaitan dengan perintah mengucapkan kata-kata yang mudah untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu.

Berdasarkan arti dan penjelasan ayat di atas kaitannya dengan komunikasi humas dapat disimpulkan bahwa seorang humas dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada publiknya sebaiknya menggunakan kata-kata yang ringan dan mudah dipahami oleh komunikannya.²⁴

Itulah ayat-ayat Al-Qur'an yang menjelaskan secara umum mengenai hubungan masyarakat (*public relations*) yang harus di jalankan oleh manusia khususnya pada humas.

²³ Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h.285

²⁴ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah*, h. 74

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Lokasi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini merupakan tipe penelitian yang menggambarkan mengenai suatu objek penelitian yang dimiliki. Penelitian kualitatif deskriptif bertujuan menjelaskan fenomena sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti maka tidak perlu mencari sampling lainnya.¹

2. Lokasi Penelitian

Divisi Humas Polres Gowa. Jalan Syamsuddin Tunru No.58 Sungguminasa-Gowa 92111

B. Pendekatan Penelitian

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan ilmu komunikasi mengenai *public relations*.

¹ Burhan Bungin, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Edisi Pertama (Cet. V:Jakarta: Kencana, 2009, h. 59

C. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan atau yang diperoleh melalui cara penelitian lapangan, terutama dengan menggunakan metode wawancara yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini. Dalam hal ini yang menjadi subjek dalam wawancara adalah pejabat dari instansi yang terkait.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada seperti dokumentasi kegiatan Humas Polres Gowa berupa foto.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data, yaitu:

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Observasi menjadi salah satu teknik pengumpulan data apabila sesuai tujuan penelitian direncanakan dan dicatat secara sistematis, serta dapat dikontrol kedalam (reliabilitas) dan kesahihannya (validitasnya).²

Adapun data yang ingin diperoleh dalam metode observasi adalah data primer yaitu data yang diperoleh melalui observasi berupa pengamatan mengenai aktivitas Humas Polres Gowa.

² Husni Usman, Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial* (Cet. I: Jakarta: Pt. Bumi Aksara, 2008), h.52

2. Wawancara

Wawancara adalah dengan maksud tertentu. Wawancara yaitu teknis dalam upaya menghimpun data yang akurat untuk keperluan melaksanakan proses pemecahan masalah tertentu sesuai dengan data.³

Wawancara mendalam digunakan untuk menambah data yang diperlukan melalui tanya jawab mengenai judul yang terkait dalam permasalahan ini. Peneliti melakukan tanya jawab secara langsung dengan orang-orang yang ada di Humas Polres Gowa.

Tabel 3.1 Informan Penelitian

No	Nama	Usia	Pekerjaan
1	AKP. Mangatas Tambunan	49	Kepala Sub Bagian Humas Polres Gowa
2	Aiptu M. Iskandar P. SH., MH	43	Paur Sub Bagian Humas Polres Gowa
3	Bripda Yuyun Indrawati	22	BA Humas Polres Gowa
4	Brigpol Dirnayani	29	BA Bagian Operasional Polres Gowa
5	Rizka Adriyani	30	Karyawan Swasta
6	Abd Rahman	39	Karyawan Swasta
7	Abd Malik dg Salle	51	Petani

Alasan memilih informan tersebut karena sudah relevan untuk di mintai informasi mengenai peran humas terkhusus di Polres Gowa.

³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian dan Suatu Pendekatan Praktek*, (Cet. 10: Jakarta: Bineka Cipta, 1996), h. 120

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data dengan cara melakukan analisis terhadap dokumen-dokumen yang berisi data yang menunjang analisis penelitian. Dimana peneliti akan mengumpulkan informasi berupa arsip-arsip, buku-buku dan lainnya yang berkaitan dengan pembahasan dalam penulisan ini. Peneliti melakukan dokumentasi atau penyimpanan data-data yang diperlukan untuk penelitian.

Bahan-bahan dokumentasi berupa artikel-artikel, hasil wawancara, foto. Tujuannya untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen pengumpulan data disebut juga sebagai instrumen riset adalah alat yang dipilih dan digunakan untuk peneliti dalam kegiatan pengumpulan data yang masih bersifat abstrak, maka instrumen riset ini merupakan sarana yang bisa diwujudkan dalam bentuk benda. Riset kualitatif, instrumen utama adalah periset mempunyai kebebasan untuk menggali data tanpa aturan-aturan ketat seperti pembuatan kuesioner, periset bebas menilai keadaan, bebas menentukan data, mana yang dipakai dan tidak dipakai untuk keberhasilan suatu penelitian tidak lepas dari instrumen yang digunakan.⁴

⁴ Burhan Bungin, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, h.92-93

Tanpa instrumen yang baik, tujuan penelitian tidak akan tercapai. Oleh karena itu peneliti dituntut dapat menemukan data yang akan diangkat dari fenomena, peristiwa atau dokumen tertentu. Tujuan penelitian kualitatif kebanyakan tidak bersifat hipotesis, melainkan dimaksudkan untuk pengertian lebih mendalam mengenai berbagai variabel atau bersifat mendeskripsikan keadaan masa lampau atau fenomena yang sedang terjadi saat ini.

F. Teknik Analisis Data

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan bentuk analisis data yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil.

2. Penyajian Data

Penyusunan data adalah pengorganisasian data kedalam satu bentuk tertentu sehingga terlihat secara lebih utuh. Dalam penyajian data, peneliti melakukan secara induktif yakni menguraikan setiap permasalahan dalam pembahasan penelitian ini dengan cara pemaparan secara umum kemudian menjelaskan dalam pembahasan yang lebih spesifik.

3. Penarikan Kesimpulan

Langkah selanjutnya dalam menganalisis data kualitatif adalah ditemukan kesimpulan dan verifikasi, setiap kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat

sementara dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Upaya penarikan kesimpulan yang dilakukan peneliti secara terus menerus selama berada dilapangan. Setelah pengumpulan data, peneliti mulai mencari arti penjelasan-penjelasan dari hasil data yang dikumpulkan. Kesimpulan-kesimpulan itu kemudian diverifikasi selama penelitian berlangsung mempertimbangkan dan meninjau kembali catatan lapangan sehingga terbentuk penegasan kesimpulan.

G. Pengujian Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, teknik keabsahan data yang digunakan adalah teknik triangulasi yaitu teknik pemeriksaan data yang memanfaatkan sesuatu yang diluar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding data itu. Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dan sumber. Teknik triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan dan mengecek balik antara data hasil wawancara, observasi dan dokumentasi tersebut sejalan, tidak bertentangan dan menunjukkan kesamaan arti dan makna.

Sedangkan teknik triangulasi sumber adalah cara membandingkan dan memeriksa kembali derajat kepercayaan dari suatu informasi yang telah diperoleh peneliti dari sumber lain yang berbeda. Ditunjukkan dengan adanya kesamaan antara data hasil pengamatan dengan wawancara, adanya kesamaan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

BAB IV

PERAN HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM MENINGKATKAN CITRA POLRES GOWA

A. Profil Polres Gowa

1. Sejarah Singkat Polres Gowa

Diperkirakan pada tahun 1950 mulai berdiri kantor polisi di Kabupaten Gowa dengan sebutan KOMRES (Komando Markas Resor) 1811 GOMMATJ. Pada saat itu KOMRES GOMMATJ membawahi wilayah yang terdiri dari: Gowa, Makassar, Maros, Takalar, dan Jeneponto sehingga disebut KORES (Komando Resor) 1411 GOWA, dengan seiring berjalannya waktu dan perkembangan jaman sebutan tersebut berubah-ubah dan terakhir menjadi POLRES GOWA yang sebelumnya POLRESTA GOWA yang beralamat di Jl. Syamsuddin Tunru No. 58 Sungguminasa Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa.

Maka Polres Gowa dan beberapa rumah dinas Polres Gowa menempati area seluas kurang lebih 10.504 m² dan berada dipusat kota kabupaten Gowa yaitu Sungguminasa yang terletak 10 km kearah selatan dari kota Makassar dan berjarak kurang lebh 100 meter sebelah selatan Museum Balla Lompoa yang merupakan peninggalan sejarah pada jaman kerajaan Gowa.¹

¹ Arsip Bagian Sarana dan Prasarana Polres Gowa

Pada saat berdirinya Polres Gowa pada tahun 1950 dipimpin oleh seorang DANRES dengan urutan-urutan dan sebutannya adalah sebagai berikut:

- a. Danres 1811 Gomat Ajun Komisaris Polisi Andi Dadi, tahun 1950-1953
- b. Danres 1811 Gomat Ajun Komisaris Polisi Andi Kangkung, Tahun 1953-1957
- c. Danres 1811 Gomat Komisaris Polisi TK II Makmur Dg Sitakka, Tahun 1957-1960
- d. Danres 1811 Gowa Ajun Komisaris Polisi Prayitman, Tahun 1960-1964
- e. Danres 1811 Gowa Ajun Komisaris JB Baan Lintin, Tahun 1964-1969
- f. Danres 1811 Gowa Komisaris Polisi Andi Pattahangi, Tahun 1969-1971
- g. Danres 1811 Gowa Komisaris Polisi M. Ishak Iskandar, Tahun 1971-1974
- h. Danres 1811 Gowa Letkol Pol Drs. Moeis Moein, Tahun 1974-1978
- i. Danres 1811 Gowa Letkol Pol Drs. Hariadi Djaroem, Tahun 1978-1982

Pada tanggal 17 Agustus 1998 untuk pertama kalinya presiden B.J Habibie saat orde reformasi setelah era orde baru pada saat pemerintahan Soeharto turun beliau mencanankan program kemandirian POLRI, yaitu rencana menjadikan POLRI terlepas dari organisasi ABRI. Harapannya adalah POLRI bisa memenuhi fungsinya sebagai aspek penegakhukum dan pengayom masyarakat tanpa diintervensi oleh berbagai kepentingan luar, termasuk pemerintah dan pimpinan ABRI.

Semenjak pisahnya POLRI dengan TNI maka kedudukan Danres berubah menjadi Kapolres sampai saat ini. Adapun beberapa nama Kapolres yang sempat menjabat adalah:

- 1) AKBP Totok Lisdiarto, S.IK (Tahun 2010-2012)
- 2) AKBP Lafri Prasetyo, S.IK (Tahun 2012-2014)
- 3) AKBP Heri Marwanto, SH (Tahun 2015)
- 4) AKBP Rio Indra Lesmana, SH., S.IK (Tahun 2015-2016)
- 5) AKBP Ivan Setiadi, S.IK., MH (Tahun 2016-2017)

2. Visi dan Misi Bidang Humas Polres Gowa

a. Visi Bidang Humas Polres Gowa

Terciptanya kehumasan Polres gowa yang mandiri, profesional, modern dan terpercaya serta dicintai masyarakat serta terwujudnya pelayanan informasi dan komunikasi melalui media secara cepat dalam rangka membangun opini positif masyarakat.

b. Misi Bidang Humas Polres Gowa

Mampu menjadi pemersatu komponen bangsa dalam menyikapi berita yang tidak dapat di pertanggung jawabkan.

3. Tujuan Bidang Humas Polres Gowa

- a. Untuk dapat menyampaikan dan memberikan berbagai informasi kepada masyarakat sebagai bukti implementasi dari UU No. 14 tahun 2008 tentang KIP (Keterbukaan Informasi Publik)
- b. Memberikan peran dalam membangun citra dan reputasi yang positif di tengah-tengah masyarakat, sehingga dapat menetralkan segala isu-isu yang beredar di tengah masyarakat melalui gosip ataupun media sosial yang berdampak pada situasi dan keamanan di wilayah itu sendiri.²

B. Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Polres Gowa

Semua lembaga atau institusi pemerintah tentu ingin berhasil dalam mencapai tujuannya. Keberhasilan tersebut tidak dapat dicapai hanya berdasarkan kemampuan yang ada pada institusi itu saja. Disamping itu perlu adanya pengertian, penerimaan dan keikutsertaan publiknya. Sama halnya dengan yang dilakukan Humas Polres Gowa dalam meningkatkan citra kepolisian, harus memperhatikan dan mengikutsertakan publik dalam menjalankan peran yang akan dilaksanakan.

Publik yang dimaksud adalah publik intern dan ekstern dimana adanya unit kehumasan pada setiap institusi pemerintah merupakan suatu keharusan fungsional dalam rangka penyebaran informasi tentang aktivitas institusi tersebut, baik kedalam

² Arsip Divisi Humas Polres Gowa

maupun keluar. Karena humas merupakan alat atau jembatan untuk memperlancar jalannya interaksi serta penyebarluasan informasi.

Peran hubungan masyarakat Polres Gowa dalam meningkatkan citra kepolisian sebagai berikut:

1. Membangun Identitas Polres Gowa

Dalam membangun identitas institusi kepolisian khususnya di Polres Gowa, maka humas pada umumnya sering terlibat langsung dalam setiap program yang dilaksanakan baik secara internal maupun eksternal. Humas adalah bagian dari lembaga yang bertujuan untuk menciptakan opini publik yang menguntungkan kedua belah pihak dan menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik. Oleh karena itu, Humas Polres Gowa membangun identitasnya dengan cara mengerjakan tugas-tugas pokok dan fungsinya dalam menyusun strategi untuk meningkatkan citra Polres Gowa sesuai visi dan misi yang telah ada.

Seperti yang dijelaskan oleh Kepala Sub Bagian Humas Polres Gowa:

“Bahwa divisi Humas adalah salah satu bagian dari institusi POLRI khususnya pada Polres Gowa yang bertugas dalam mempersiapkan segala bentuk persiapan setiap kegiatan yang meliputi penyampaian informasi baik dalam bentuk dokumentasi maupun penelitian agar tercipta sebuah persepsi positif kepada masyarakat guna meningkatkan citra kepolisian khususnya Polres Gowa”³

³ M. Tambunan, Kasub Bag Humas Polres Gowa. *Wawancara*. Gowa (24 Juli 2017)

Dari penjelasan di atas memberikan gambaran betapa pentingnya peran humas dalam membangun identitas Polres Gowa. Sebagaimana diketahui selain humas berfungsi sebagai komunikator atau penyampai informasi, tugas pokok humas adalah untuk mencapai tujuan dan sasaran bagi institusi atau lembaga pemerintah yang bersangkutan, serta mempunyai kegiatan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat mengenai suatu peristiwa agar masyarakat lebih tahu yang sebenarnya.

2. Menghadapi dan Menjawab Keluhan Masyarakat

Menghadapi dan menjawab keluhan masyarakat tentang pemberitaan negatif terhadap instansi Polres Gowa yang sampai sekarang ini terus menjadi tanda tanya besar karena instansi kepolisian merupakan salah satu lembaga penegak hukum. Terkadang masyarakat selalu mengeluhkan mengenai pelayanan yang diberikan oleh aparat kepolisian pada hal aparat kepolisian itu sendiri sudah bekerja semaksimal mungkin agar masyarakat mendapatkan pelayanan yang baik tetapi karena masyarakat dalam lingkup Polres Gowa memiliki karakter keras sehingga tidak sabar dalam menantikan hasil yang di berikan oleh aparat kepolisian.

Hal tersebut membuat Humas Polres Gowa sebagai lembaga yang dinaungi oleh POLRI yang mengayomi masyarakat dituntut untuk mempersiapkan dengan sebaik mungkin cara mencegah ketika munculnya opini negatif atau citra negatif mengenai Polres Gowa.

Sepeti yang dijelaskan oleh Kepala Sub Bagian Humas Polres Gowa tentang tugas dalam meningkatkan citra kepolisian:

“Humas Polres Gowa senantiasa menjadi gerbang informasi terpercaya dalam mengkonfirmasi hal-hal yang berkaitan dengan berbagai kejadian di lingkungan masyarakat. Baik berupa kasus, maupun kegiatan-kegiatan yang positif yang dilakukan oleh personil Polres Gowa. Selain itu, Polres Gowa menjadi salah satu bagian dalam pelayanan masyarakat. Dengan pelayanan yang baik kepada masyarakat secara tidak langsung citra Polres Gowa ataupun citra kepolisian perlahan akan membaik”⁴

Dimana Polres Gowa menjadi gerbang informasi terpercaya agar masyarakat paham terhadap berbagai kejadian atau tindak kriminal yang terjadi disekitar kita. Seperti halnya pada proses penculikan ataupun kenakalanremaja yang akhir-akhir ini marak terjadi. Dengan adanya Humas Polres Gowa sebagai penyampai informasi kepada masyarakat agar dapat meminimalisir hal-hal yang tidak diinginkan. Sehingga Humas Polres Gowa berusaha memberikan pelayanan semaksimal mungkin untuk mencapai peningkatan citra kepolisian.

Pelayanan adalah salah satu motto institusi kepolisian dalam menciptakan suasana yang kondusif. Kondusif yang dimaksud adalah suasana dimana keamanan dan kenyamanan dalam lingkungan kemasyarakatan tidak mengalami gangguan. Seperti halnya dalam pemberian layanan ataupun cepat dan tepatnya dalam menanggapi permasalahan masyarakat. Institusi kepolisian Polres Gowa selalu mengedepankan konsep penganan cepat dengan memaksimalkan peran serta kinerja

⁴ M. Tambunan, Kasub Bag Humas Polres Gowa. *Wawancara*. Gowa (24 Juli 2017)

setiap divisi antara lain pada bidang humas sehingga respon masyarakat dalam memberikan umpan balik baik berupa informasi terkait permasalahan dilingkungkannya itu cepat.

Seperti yang dijelaskan oleh salah satu masyarakat yang berada di daerah Gowa:

“Saya kira Polres Gowa sudah sangat maksimal dalam segi pelayanan, karena sewaktu saya kecurian dengan cepatnya petugas Polres Gowa datang kerumah saya dan mengecek setiap sudut yang memungkinkan untuk dijadikan barang bukti. Dari situ saya melihat bahwa petugas Polres Gowa cepat dalam menjawab keluhan masyarakat”⁵

Pada hasil wawancara diatas dengan masyarakat dapat diketahui bahwa personil Polres Gowa memiliki respon cepat dalam menjawab setiap keluhan yang terjadi pada lingkungan masyarakat. Hal ini juga dapat menjadikan acuan dalam meningkatkan citra Polres Gowa kedepannya.

Humas Polres Gowa senantiasa memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam menyampaikan setiap keluhannya dan masalah yang sedang di hadapinya. Salah satunya dengan adanya unit pelayanan pengaduan atau dapat mendatangi kantor layanan langsung. Sehingga petugas dapat memberikan jawaban dan solusinya merupakan salah satu pilihan yang tidak bisa di tolak oleh institusi kepolisian. Adapun cara penanggulangan keluhan-keluhan citra negatif kepolisian di masyarakat sangat beragam.

⁵Abd Rahman S. Wawancara Masyarakat Umum. (08 Agustus 2017)

- 1) *Simulasi peranan* adalah strategi yang biasa dilakukan untuk uji coba pelatihan dengan mempertimbangkan kondisi yang ada di lapangan sebelum terjun langsung pada kondisi yang sebenarnya. Sehingga dapat meminimalisir rusaknya citra kepolisian.
- 2) *Penyesuaian tingkatan permasalahan*. Untuk menyesuaikan langkah atau kebijakan yang akan di ambil, meskipun dalam implementasi terkadang menghasilkan persoalan baru, disinilah peran humas dituntut dalam menyelesaikan masalah dan meningkatkan citra Polres Gowa.

Jadi Humas Polres Gowa berperan penting dalam menghadapi dan menjawab setiap persoalan yang terjadi di institusi kepolisian khususnya di Polres Gowa sebagai respon atas keluhan dan sorotan dari masyarakat yang telah disusun sesuai prosedur yang telah ada dan mekanisme yang telah ditetapkan oleh institusi POLRI.

a. Memberikan Rasa Nyaman Kepada Masyarakat

Sebagai institusi penegak hukum, Polres Gowa menjadi salah satu lembaga yang paling mudah dan cepat serta dapat di akses oleh masyarakat untuk melakukan pengaduan serta untuk mendapatkan rasa keadilan. Oleh karena itu, semua anggota Polres Gowa mempunyai acuan yaitu, melayani tanpa pamri. Melayani tanpa pamri ini merupakan salah satu program untuk memberikan kesempatan kepada setiap masyarakat tanpa memandang agama, suku dan rasa, bahkan status sosial sekali pun

sesuai dengan motto Kepolisian Republik Indonesia Mitra Masyarakat, Pengayom Masyarakat dan Pelindung Masyarakat.

Pada tahap inilah Humas Polres Gowa dalam memberikan suatu pemahaman kepada masyarakat tentang prosedur dan mekanisme hak dan kewajiban masyarakat. Hal ini dimaksudkan untuk menghindari adanya pandangan negatif di kalangan masyarakat terhadap citra kepolisian di Polres Gowa.

Dalam memberikan rasa nyaman pada lingkungan masyarakat, Polres Gowa senantiasa bekerjasama dengan aparat desa. Dalam hal ini konsep pendampingan 1 personil satu desa yaitu KAMTIBMAS. Program yang diterapkannya antara lain memberikan rasa nyaman kepada masyarakat serta sebagai ujung tombak kepolisian dalam memberikan sosialisasi langsung pada masyarakat. Seperti yang di paparkan oleh salah satu masyarakat di dusun Cambaya terkait mengenai kejadian pencurian yang diamuk massa:

“Hadirnya KAMTIBMAS di lingkungan kami sangat memberikan rasa aman terkait mengenai maraknya aksi kriminal yang sering terjadi. Selain rasa aman yang di berikan petugasnyapun ramah dan baik sehingga kita tidak sungkan dalam berbagi informasi”⁶

Dapat dilihat bahwa betapa cepatnya kinerja Polres Gowa dalam memberikan rasa aman kepada masyarakat. Sehingga hal-hal yang tidak diinginkan terjadi dapat di antisipasi dengan cepat. Pemaparan diatas juga yang memberikan nilai tambah bahwa citra Polres Gowa di masyarakat masih sangat baik. Walaupun demikian

⁶Rizka Adriyani. Wawancara Masyarakat Umum. (09 Agustus 2017)

masih banyak yang harus di tingkatkan oleh petugas guna menciptakan rasa nyaman seperti patroli 24 jam.

b. Memberikan Penanganan yang Cepat

Tugas instansi kepolisian adalah penanganan cepat dan tepat terhadap keluhan masyarakat. Menurut Paur Sub Bagian Humas Polres Gowa:

“Untuk karakter masyarakat Gowa sendiri tentunya itu bermacam-macam, ada yang langsung bisa menyesuaikan diri ketika diberikan pengarahan, ada juga yang memerlukan pendekatan yang lebih. Namun, sebagian masyarakat Gowa cenderung dengan karakter yang keras”⁷

Dari pemaparan tersebut dapat dilihat bahwa dalam setiap permasalahan yang dihadapi oleh warga masyarakat dalam lingkup Polres Gowa bermacam-macam dan setiap masyarakatnya memiliki karakter dan tingkat pemahaman yang berbeda-beda. Oleh karena itu, Polres Gowa terus berinovasi mengembangkan program-program seperti mendokumentasikan seluruh program Polres Gowa dan mensosialisasikan melalui media online maupun media cetak, mengkonfirmasi kebenaran sesuai dengan fakta yang terjadi untuk memberikan pendekatan sesuai dengan karakter masyarakat yang dihadapi. Strategi yang digunakan tidak hanya menangani persoalan tetapi juga memberikan solusi atas keluhan-keluhan yang ada.

Pada persoalan penanganan yang cepat Polres Gowa dalam berbagai kesempatan bertemu dengan masyarakat baik dalam forum resmi maupun forum

⁷M Iskandar P. Paur Sub Bagian Humas Polres gowa. *Wawancara*. Gowa (28 Juli 2017)

terbuka menyempatkan untuk memberikan pengarahan kepada masyarakat agar selalu bersinergi dalam meningkatkan pencapaian terhadap citra kepolisian yang baik. Seperti yang marak akhir-akhir ini terkait mengenai kenakalan remaja. Pada kesempatan ini bersama narasumber seorang petani yang tinggal didekat lingkungan sekolah di Allattapampang menuturkan:

“Peran kepolisian Polres Gowa sudah baik, seperti jika ada kejadian antara anak sekolah yang bertengkar. Polres Gowa diwakili Polsek dengan cepat memanggil dan mendamaikan kedua belah pihak untuk mencegah kejadian terulang lagi”⁸

Jadi berdasarkan apa yang dijelaskan diatas dapat diketahui bahwa Polres Gowa memiliki kemampuan cepat dalam memberikan informasi kepada anggota yang dekat dari lokasi untuk memberikan penanganan yang cepat dalam lingkungan masyarakat. Dengan demikian kejadian-kejadian yang berpotensi menjadi besar dapat dihindarkan. Hal ini menjadi bentuk bahwa Polres Gowa memiliki penanganan yang cepat dalam menciptakan citra kepolisian.

3. Mempromosikan Aspek Kemasyarakatan

Iklan adalah salah satu cara mempromosikan atau menyampaikan pesan-pesan kebaikan kepada publik atau himbauan dan visi misi suatu lembaga atau institusi, tidak terkecuali di instansi kepolisian. Dalam meningkatkan suatu citra terutama di kepolisian, maka divisi Humas Polres Gowa secara aktif dan efektif

⁸Abd Malik dg Salle. Masyarakat Dusun Allattapampang. Wawancara Umum. (10 Agustus 2017)

melakukan pengenalan melalui promosi hal-hal yang terkait dengan kepentingan masyarakat luas dan mendukung kampanye sosial. Kegiatan ini adalah kegiatan yang terus menerus dengan rentang waktu yang terjadwal setiap bulannya. Iklan layanan masyarakat menjadi salah satu faktor pendukung dalam mempromosikan keberhasilan peran humas di Polres Gowa dalam meningkatkan citra Kepolisian. Seperti halnya yang dipaparkan oleh BA Humas Polres Gowa:

“Saat ini media yang paling efektif untuk promosi tentunya ada pada media yang berbasis online, diantaranya media sosial karena penyebaran dan perolehan informasi tergolong lebih muda”⁹

Seperti yang telah di jelaskan dalam proses wawancara yang dilakukan, promosi diperuntukkan pada aspek kemasyarakatan dengan cara membangun kerjasama dan hubungan baik dengan media. Cara yang di anggap paling cocok dan efektif untuk menyampaikan pesan-pesan positif tentang kepolisian kepada masyarakat luas yaitu dengan melalui media massa dan media sosial. Program ini dilakukan karena citra kepolisian tidak lepas dari sudut pandang masyarakat terhadap apa yang dilihat. Seperti yang disampaikan oleh salah satu masyarakat umum mengenai pemanfaatan media online dalam mendukung kinerja kepolisian:

“Sering saya jumpai postingan-postingan dari satuan kepolisian dibantu media massa dan media online dalam penyebaran informasi seperti penyalahgunaan obat-obat terlarang, pembegalan dan banyak hal terkait kejadian yang ada dilingkungan saya”¹⁰

⁹Yyun Indrawati. BA Humas Polres Gowa. *Wawancara*. Gowa (03 Agustus 2017)

¹⁰Rizka Adriyani. Pegawai Swasta. *Wawancara*. Gowa (09 Agustus 2017)

Dari hasil wawancara mengenai peran media massa dalam membangun citra kepolisian Polres Gowa dapat dilihat bahwa telah ada kerjasama yang baik antara media-media massa, baik yang bersifat cetak maupun online dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat mengenai kejadian-kejadian yang terjadi. Adapun media yang bekerja sama dengan Polres Gowa yaitu semua media yang di kabupaten Gowa antara lain Tribun Timur, Amanah, Trans Tv, dll. Sehingga, masyarakat juga dengan adanya peran serta media online dapat memberikan informasi kepada petugas sehingga dapat menjadi sebuah publikasi dalam menciptakan citra kepolisian yang baik.

Adapun contoh publikasi yang dilakukan yaitu kegiatan sosial yang melibatkan media massa maupun media elektronik. Misalnya kegiatan penyuluhan tentang bahaya obat-obatan psikotropika serta narkoba yang terjadi di kalangan remaja di sekolah-sekolah yang ada di kabupaten Gowa dengan menggandeng lembaga dan organisasi lainnya. Aksi sosial tersebut mampu membangun opini positif terhadap kepolisian kepada masyarakat umum khususnya pada kalangan remaja.

Berdasarkan hasil wawancara diatas, jelas diterangkan bahwa peran media juga mendukung strategi terhadap citra kepolisian. Bahwa kepolisian dan media adalah dua hal yang saling terkait dan tidak dapat dipisahkan. Keberhasilan menjalankan strategi dalam menjalankan peranan humas dalam meningkatkan citra

kepolisian tidak terlepas dari peran serta kerjasama antara pihak yang terkait di dalam institusi kepolisian itu sendiri, seperti unsur pimpinan (Kepala dan Wakil Kepala), unsur pengawas dan pembantu pimpinan atau pelayan (Bid Propam, Bid Humas, Bid Hukum, Bid IT Kepolisian), unsur pelengkap tugas pokok (SPKT, Dit Intel, Direskrim, Direskrimsus, Diresrkoba), sedangkan diluar institusi kepolisian ada media massa, media online dan masyarakat umum.

Institusi kepolisian diminta untuk membangun dan mempertahankan citra kepolisian dalam menegakkan anggotanya dalam melaksanakan tugasnya masing-masing. Hal ini muncul karena adanya tuntutan dari masyarakat terhadap hak pelayanan yang harus di jalankan oleh setiap anggota kepolisian. Hal tersebut tertuang dalam ketetapan MPR Nomor VII/MPR/2000 tentang peran kepolisian dengan memegang teguh paradigma sebagai pelindung, pengayom, pelayan dan penegak hukum.

Hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada tanggal 17 Juli sampai 20 Agustus 2017 dan rangkaian penjelasan yang diberikan oleh beberapa narasumber tentang peran yang dipilih oleh Humas Polres Gowa adalah sistem jangka panjang agar menjadi acuan mulai dari Mabes POLRI hingga Polsek.

Seperti yang dijelaskan oleh Kepala Bidang Humas Polres Gowa:

“Pengambilan keputusan dan acuan strategi dalam hal meningkatkan peran humas sudah menjadi standar acuan dari pusat sehingga setiap keputusan sekecil apapun senantiasa di komunikasikan dengan pimpinan. Terkait mengenai konsep penerapannya tergantung dari instansi masing-masing bagaimana memilih cara atau strategi yang cocok untuk meningkatkan peranan Humas Polres Gowa dalam meningkatkan citra kepolisian yang baik”¹¹

Dalam hasil wawancara diatas, jelas digambarkan bahwa peran humas dalam meningkatkan citra kepolisian dilingkungan kepolisian, Humas Polres Gowa selalu mengedepankan prinsip-prinsip kerjasama dan kebersamaan dalam menjaga kepercayaan masyarakat dan wibawa institusi kepolisian.

C. Faktor Pendukung dan Penghambat Humas Polres Gowa dalam Meningkatkan Citra Kepolisian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dari proses wawancara mendalam yang dilakukan pada tanggal 17 Juli sampai 20 Agustus 2017 dapat diketahui bahwa setiap program atau strategi yang dikeluarkan Polres Gowa tidak terlepas dari beberapa faktor antara lain yaitu faktor pendukung dan penghambat.

Penjelasan mengenai faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan peran Humas Polres Gowa terkadang melibatkan dua faktor yaitu faktor internal dan eksternal. Wawancara BA Humas Polres Gowa menerangkan bahwa:

¹¹M.Tambunan, Kasub Bag Humas Polres Gowa. *Wawancara*. Gowa (24 Juli 2017)

“Dalam menentukan sebuah masalah, tentunya diperlukan langkah matang dalam hal ini Kasubag selaku pimpinan langsung humas di Polres Gowa selain membimbing dan mengawasi anggota humas, Kasubag humas juga senantiasa berperan aktif dalam menanggapi hal-hal yang dianggap dapat menjadi masalah internal maupun eksternal”¹²

Dari pernyataan hasil wawancara diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam proses menjalankan peran humas Polres Gowa terdapat faktor pendukung dan penghambat yang dijelaskan oleh BA Ops Humas Polres Gowa, yaitu:

1. Faktor Pendukung

Faktor pendukung dalam peran humas terhadap citra Polres Gowa, yaitu:¹³

a. Faktor Internal

Faktor internal adalah semua bentuk atau hal yang berasal dari intitusi Polres Gowa. Faktor internal sangat membantu dan memiliki pengaruh terhadap program dalam meningkatkan citra kepolisian yang baik dan nyaman. Faktor internal terdiri dari:

Sarana dan prasarana adalah salah satu fasilitas pendukung dalam pelaksanaan kegiatan-kegiatan di bidang humas. Fasilitas yang mendukung menjadi suatu kunci keberhasilan tercapainya suatu kegiatan yang akan dilaksanakan seperti:

- a) Tersedianya akses layanan terhadap masyarakat dalam melakukan segala bentuk pelayanan.

¹²Yuyun Indrawati. BA Humas Polres Gowa. *Wawancara*. Gowa (03 Agustus 2017)

¹³Dirnayani, BA Ops Humas Polres Gowa. *Wawancara*. Gowa (08 Agustus 2017)

- b) Merubah pola pikir personil dalam sistem sarana teknologi informasi. Seperti pada proses komunikasi antar personil dihimbau untuk tetap update dalam menggunakan media komunikasi berbasis online seperti Facebook, Whatsapp, email (surat elektronik) dan berbagai media sosial yang ada begitu pula kepada masyarakat.
- c) Pengembangan sarana-sarana pendukung untuk berbagai unit pelayanan berbasis online.

Dari hasil wawancara dengan masyarakat dalam lingkup Polres Gowa didapat sebuah pendapat ataupun saran terkait sarana dan prasarana untuk membangun Polres Gowa lebih baik kedepannya:

“Saya merasa Polres Gowa sudah bagus dalam bidang sarananya, baik itu fasilitas yang diberikan kepada para petugas maupun pelayanannya. Hanya saja sosialisasi harus lebih ditingkatkan lagi, bukan saja seperti seminggu sekali ataupun sebulan sekali tetapi harus lebih efektif seperti seminggu 3 kali”¹⁴

Penyediaan sarana dan prasarana dilihat dari kacamata masyarakat umum ternyata Polres Gowa sudah cukup memadai dengan adanya berbagai fasilitas penunjang yang ada. Dengan adanya fasilitas tersebut diharapkan dapat meningkatkan kinerja petugas dalam memberikan sosialisasi kepada masyarakat baik yang bersifat setiap pekan ataupun bulanan sehingga cipta kondisi pada lingkungan masyarakat selalu terjaga.

¹⁴Abd Malik. Petani. *Wawancara* .Gowa. (10 Agustus 2017)

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar guna mendukung tercapainya peran humas terhadap citra kepolisian diantaranya:

1) Keterlibatan Media

Media adalah segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan kepada masyarakat mengenai suatu peristiwa. Media memiliki peran yang sangat penting sehingga sarana yang paling penting dan efektif untuk penyebarluasan informasi terkait dengan kegiatan dan kebijakan di institusi kepolisian khususnya di Polres Gowa. Seperti yang dijelaskan oleh BA Ops Polres Gowa:

“Media yang digunakan dalam penyebarluasan ataupun komunikasi sesama personil maupun kepada masyarakat yaitu media sosial, adapun media pemantauan seperti website (tribrata news polres gowa) dan dua website pendamping seperti facebook dan instagram dan termasuk iklan-iklan berjalan di siaran televisi lokal sedangkan untuk media komunikasi antar personil meliputi whatsapp dan line”¹⁵

Secara terperinci faktor pendukung dalam keterlibatan media sosial sangat besar, antara lain:

- a) Pemanfaatan media sosial di lingkungan POLRI merupakan jalan masyarakat untuk memantau dan memberikan saran-saran dari apa yang sedang dikerjakan oleh aparat kepolisian. Dengan demikian pula personil kepolisian

¹⁵Dirnayani, BA Ops Humas Polres Gowa. *Wawancara*. Gowa (08 Agustus 2017)

dapat memperlihatkan kinerja masyarakat guna meningkatkan citra kepolisian.

- b) Mampu memberikan peluang-peluang dalam berbagai informasi dan komunikasi dengan berbagai sumber media online, para tokoh masyarakat LSM atau pakar-pakar akademisi diberbagai institusi sehingga dapat di posisikan sebagian dari kontributor terhadap kepolisian.

Penjelasan-penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa keterlibatan media sosial mampu memberikan berbagai informasi guna mempercepat penyampaian informasi dalam penanganan suatu permasalahan yang terjadi dimasyarakat dan untuk menjaga nama baik institusi POLRI yang sering dianggap kurang efektif.

2) Peran Masyarakat

Pada umumnya masyarakat memiliki keingintahuan yang tinggi terhadap segala sesuatu yang terjadi dilingkungan sekitar. Keingintahuan yang tinggi pada masyarakat dapat dimanfaatkan sebagai salah satu cara penanggulangan kejahatan atau percepatan penangkapan tindak kriminal yang terjadi. Selain itu, peluang ini sebagai salah satu cara promosi program kerja dan mempublikasikan hasil kerja ke masyarakat. Seperti yang disampaikan oleh salah seorang masyarakat:

“Kita sebagai warga masyarakat akan selalu mendukung setiap program kepolisian untuk menciptakan rasa nyaman dilingkungan kami. Supaya itu bisa terjadi, kepolisian juga harus senantiasa memberikan kami ini sebagai

masyarakat awam tentang pemahaman terhadap apa-apa saja yang berbau kriminal”¹⁶

Terkait peran serta masyarakat dalam mendukung Humas Polres Gowa dalam meningkatkan cipta kondisi dapat ditarik kesimpulan bahwa masyarakat dalam lingkup Polres Gowa memiliki jiwa yang besar dalam menerima setiap kebijakan yang ada terkait penanganan dalam menciptakan lingkungan masyarakat yang aman dan membantu dalam meningkatkan citra kepolisian.

2. Faktor Penghambat

a. Keterbatasan Personil Humas

Minimnya personil humas dilingkungan Polres Gowa menjadi salah satu penghambat tugas-tugas yang ada pada bagian humas. Seperti yang dikemukakan Kepala Sub Bagian Humas Polres Gowa:

“Dalam hal ini sumber daya, saat ini personil Humas Polres Gowa yaitu sebanyak 7 orang namun 2 diantaranya adalah BKD Polda”¹⁷

Hasil wawancara menunjukkan jumlah personil yang ada kurang memadai. Dimana kondisi ini cukup menyulitkan dalam menjaga agar program-program mengenai pencitraan Polres Gowa berjalan dengan baik dan tepat waktu. Adapun keterbatasan humas yang dimaksud, yaitu:

- 1) Kondisi personil Polres Gowa saat ini masih baik secara kualitas tetapi secara kuantitas sangat terbatas.

¹⁶Abd Rahman Saidi, Pegawai Swasta. *Wawancara*. Gowa. (08 Agustus 2017)

¹⁷M.Tambunan, Kasub Bag Humas Polres Gowa. *Wawancara*. Gowa (24 Juli 2017)

- 2) Keterbatasan sumber daya manusi (SDM) yang mempunyai pengetahuan kurang sehingga beberapa tugas kehumasan belum maksimal pengerjaannya.
- 3) Penempatan bidang humas pada Polres Gowa belum mengacu pada kompetensi bidang kehumasan.

Pemaparan tersebut dipertegas oleh Paur Sub Bagian Humas Polres Gowa yang menyatakan:

“Selain keterbatasan personil Humas menjadi kendala utama, mutasi personil Humas pada Polres Gowa juga menjadi salah satu alasan mengapa kondisi personil Humas berkurang”¹⁸

Hasil wawancara diatas menjelaskan bahwa ketersediaan sumber daya sangat penting dalam mendukung kinerja kegiatan yang akan dilakukan oleh Polres Gowa demi meningkatkan citra kepolisian. Dan bagian humas menjadi penghubung ke masyarakat agar bisa menerima keberadaan institusi kepolisian di tengah-tengah masyarakat saat ini khususnya Polres Gowa yang selalu menjadi pelayan, pengayom dan pelindung yang baik dan memberikan rasa aman terhadap masyarakat.

b. Keterbatasan Anggaran

Keterbatasan anggaran menjadi salah satu faktor yang sangat penting dan seringkali keterbatasan ini menyebabkan pelaksanaan suatu kegiatan kehumasan di Polres Gowa menjadi terhambat. Hal ini dijelaskan oleh Kepala Sub Bagian Humas Polres Gowa:

¹⁸M Iskandar P. Paur Sub Bagian Humas Polres gowa. *Wawancara*. Gowa (28 Juli 2017)

“Keterbatasan dana disini terkadang adalah alokasi anggaran untuk kegiatan tidak mencukupi seiring berjalannya kegiatan. Contoh saja adanya penambahan kegiatan yang dilakukan yang bukan termasuk dalam anggaran kegiatan”¹⁹

Jadi, keterbatasan dana atau anggaran ini juga menjadi kendala di institusi kepolisian khususnya di Polres Gowa dalam menjalankan suatu kegiatan yang dilaksanakan, karena tidak semua kegiatan mempunyai dana sendiri.

Maka jelas dari hasil wawancara menunjukkan bahwa keterbatasan dukungan anggaran memberikan banyak pengaruh terhadap pelaksanaan kegiatan kehumasan di bidang Humas Polres Gowa. Sehingga dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa peran humas di Polres Gowa dalam meningkatkan citra kepolisian tidak lepas dari berbagai faktor yang ada, baik itu faktor pendukung maupun faktor penghambat, baik secara internal maupun eksternal.

Meskipun demikian, upaya dalam meningkatkan citra positif di institusi kepolisian ditengah masyarakat yang sudah mengenal era digital terus dilakukan oleh bidang Humas Polres Gowa, walaupun demikian Humas Polres Gowa terus berbenah dalam meningkatkan peran dan pelayanannya untuk tetap menjaga kepercayaan masyarakat serta menjaga harkat martabat kepolisian khususnya Polres Gowa.

¹⁹M.Tambunan, Kasub Bag Humas Polres Gowa. *Wawancara*. Gowa (24 Juli 2017)

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada tanggal 17 Juli - 20 Agustus 2017, di Polres Gowa tentang Peran Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Polres Gowa, peneliti dapat menarik kesimpulan, yaitu:

1. Peran humas dalam meningkatkan citra kepolisian Polres Gowa yaitu: 1) Membangun identitas Polres Gowa dengan cara aktif dalam kampanye sosial dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat, menjadi fasilitator antara institusi dan masyarakat, membangun hubungan baik dengan berbagai lembaga-lembaga swadaya masyarakat. 2) Menghadapi dan menjawab keluhan masyarakat dengan cara memberikan suasana yang kondusif kepada masyarakat, memberikan penanganan awal terhadap keluhan ingin disampaikan sehingga dapat menanggulangi persepsi masyarakat terhadap citra negatif kepolisian dan memberikan penyelesaian masalah 3) Mempromosikan aspek kemasyarakatan melalui kerja sama dan membangun hubungan baik dengan media.
2. Faktor pendukung dan penghambat peran humas dalam meningkatkan citra Polres Gowa yaitu : 1) Faktor pendukung, terdiri dari: a) faktor internal, yaitu sarana dan prasarana. b) Faktor eksternal yaitu keterlibatan media massa secara langsung ataupun tidak langsung dan peran serta seluruh komponen masyarakat. 2) Faktor penghambat terdiri dari:

keterbatasan personil humas, anggaran, kondisi dan fasilitas yang masih minim yang dimiliki Humas Polres Gowa.

B. Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang telah penulis peroleh selama melakukan penelitian, maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Dari penelitian yang telah dilakukan, di harapkan agar peran humas dalam meningkatkan citra Polres Gowa lebih dimkasimalkan, karena perlu menciptakan hubungan yang baik antara kepolisian dengan masyarakat, khususnya meningkatkan kualitas pelayanan.
2. Diharapkan dalam penelitian ini, kepada semua yang mendukung faktor-faktor dalam peran humas Polres Gowa dalam meningkatkan citra kepolisian dapat dipertahankan dan ditingkatkan. Serta untuk faktor penghambat yang ada dan yang pernah terjadi menjadi referensi pembelajaran untuk kemajuan dan pengembangan institusi.

ALAUDDIN
M A K A S S A R

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suarsini. *Prosedur Penelitian dan Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Bineka Cipta, 1996.
- Bungin, Burhan. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana, 2009.
- Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Al-Qur'an dan Terjemahannya*
- Edgar H, Schein. "Organizational Culture and Leadership", Jossey Bass, San Francisco. 1982.
- Erdianto, Elvinaro. *Public Relations Suatu Pendekatan Praktis*. Bandung: PT. Pustaka Bani Quraisy.
- F. Rachmadi. *Public Relations (dalam Teori dan Praktek)*. Jakarta: Gramedia Pustaka utama, 1992.
- Hidayati, T. *Peran Humas Dalam Implementasi Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik di Badan Publik (Studi Kasus Pada Badan Pemeriksa Keuangan RI)*. Universitas Gadjah Mada. 2014
- Innes. M. *Organizational communication and the sybolic contruction of police murder investigation*. Brithis journal of sociology, 2002.
- Jefkins, Frank. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga, 1998.
- _____. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga 2004
- Muhammad, Arni. *Komunikasi organisasi*. Bumi Aksara Jakarta. 2014
- Mulyana, Dedy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosadakarya, 2001.
- Oemi S. *Komunikasi (Majalah Ilmiah Komunikasi Dalam Pembangunan)*. Vol. 10 No. 1. Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia, 2007.
- Prisgunanto, Ilham. *Komunikasi Polisi*. Depok: Prisani Cendekia, 2009.
- Ruslan, Rosady. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006.
- Ruslan, Rosady. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Rajawali Pers, Jakarta 2003

S. Gassing, Syarifuddin dan Suryanto. *Public Relations*. Yogyakarta: ANDI, 2016.

S. Tendean, Christian. *Peranan Humas Dalam Pencitraan Universitas San Ratulangi*. Jurnal vol II no. 4 tahun 2014.

Suhandang, Kustadi. *Public Relations Perusahaan, Kajian Program dan Implementasi*.

Sweeney, Poul D dan Dean B. McFarlin. *Organizasional Behavior :Solution for management*. McGraw-Hill. International Edition 2002.

Rumanti, Sr. Mario Assumpta. *Dasar-Dasar Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Grasindo, 2002.

Usman, Husni dan Akbar Setiady Purnomo. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008.

Sumber Online:

www.artikelsiana.com/2014/10/pengertian-peran-defenisi-fungsi.html

<http://belajar-komunikasi.blogspot.com/2011/01/peran-humas-dalam-perusahaan.html?m=1>

RIWAYAT HIDUP



Nur Alwiyah Jaya biasa dipanggil Wiyah, lahir pada tanggal 20 April 1995. Penulis merupakan anak kedua dari pasangan suami-istri Abbas dg. Sijaya dan St. Aminah. Tahapan pendidikan yang ditempuh oleh penulis mulai dari pendidikan Sekolah Dasar di SD Inpres Je'netallasa dan selesai pada tahun 2007. Penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 3 Pallangga dan selesai pada tahun 2010. Penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Pallangga dengan mengambil jurusan Ilmu Pendidikan Sosial (IPS) dan selesai pada tahun 2013. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan perguruan tinggi di UIN Alauddin Makassar dengan mengambil jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, penulis menyelesaikan skripsi dengan judul **“Peran Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Polres Gowa”**.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R